

REVISTA

# SEGURO TOTAL

ANO XVI  
Nº 161 - 2015  
R\$ 20,00



## TOKIO MARINE COMEMORA 56 ANOS DE ATUAÇÃO NO BRASIL

COMPANHIA PRETENDE AUMENTAR  
SUA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO  
COM PLANOS DE EXPANSÃO  
MAIS AGRESSIVOS E COMPETITIVOS

José Adalberto Ferrara,  
Presidente

ESPECIAL: SEGURO DE RESPONSABILIDADE CIVIL - D&O GANHA MERCADO BRASILEIRO

Estamos seguros com a



Minha  
empresa  
está segura  
com a ACE.

Seguros para empresas, pessoas e famílias | [www.aceseguros.com.br](http://www.aceseguros.com.br)

*O que significa estar seguro com a ACE?*

*Significa que as necessidades de seguros de nossa empresa estão protegidas por uma das maiores e mais fortes seguradoras do mundo, presente em 54 países e líder em seguros corporativos no Brasil. Com classificação AA pela Standard & Poor's, nossa linha de seguros abrange propriedade, responsabilidade civil, vida, acidentes pessoais e resseguros. Soluções sob medida para pequenas, médias e grandes empresas.*

**Editor**

José Francisco Filho - MTb 33.063  
francisco@revistasegurototal.com.br

**Diretor Comercial**

José Francisco Filho  
francisco@revistasegurototal.com.br

**Jornalista**

Aurora Ayres – MTb 24.584  
aurora@revistasegurototal.com.br

**Redação**

Mayara Simeão  
redacao@revistasegurototal.com.br

**Diagramador**

Cleber F. Francisco  
cleber.fabiano@gmail.com

**Designer**

Guilherme Peres

**Publicidade**

Danielle Tallo

**Executivo de Contas**

Eduardo Oliveira

**Foto capa**

Antranick

**Capa**

José Adalberto Ferrara, eleito como  
Executivo de Seguro do Ano pelo Troféu  
Gaivota de Ouro 2015



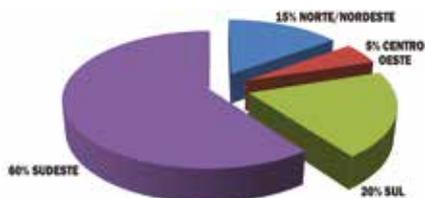
Portal Revista Seguro Total  
www.planetaseguro.com.br



facebook.com/revista-seguro-total



twitter.com/seguro\_total



Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, não representando, necessariamente, a opinião desta revista.

# Brasil...longo caminho a trilhar

O que, há alguns anos, poderia ser visto como ‘capricho’ por parte de executivos que fazem parte do alto escalão de uma grande empresa, agora é considerado como principal benefício oferecido por uma empresa aos seus executivos: o Seguro de Responsabilidade Civil – D&O. Mais evidenciado por conta dos conhecidos escândalos de corrupção que vieram à tona envolvendo governo e empresas brasileiras, este tipo de seguro ainda não é completamente compreendido por muitos profissionais. Complexo e altamente específico, o seguro tem sido tema constante em seminários e congressos que reúnem especialistas para debater sobre o crescimento da carteira, o aumento da sinistralidade e as transformações que o produto deve sofrer diante do atual contexto do mercado brasileiro. Esta edição da **Revista Seguro Total**, traz reportagem detalhada sobre o Seguro D&O. Leia na seção Especial.

O que não é resultado de capricho algum, muito pelo contrário, é chegar em casa depois das compras de supermercado, abrir a embalagem de um alimento – como um suco, por exemplo –, e se deparar com algo estranho ou mesmo bizarro. Para evitar esse tipo de susto e não deixar a saúde do consumidor à mercê dos fabricantes, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) altera regras de recall de alimentos. A nota foi publicada em junho último e deve entrar em vigor em 180 dias. Por essas e outras, algumas seguradoras saem na frente e incluem em seu portfólio a carteira de seguro Recall de Alimentos. Leia sobre o assunto na matéria “Longe das prateleiras”.

Isso tudo faz parte dessa tal nova ordem social em que a Sustentabilidade torna-se o único caminho capaz de acompanhar as contantes transformações que ocorrem com uma velocidade feroz em qualquer âmbito da sociedade. Sim, a Sustentabilidade é a direção. Isso ficou claro durante o Fórum Mundial do Meio Ambiente, que reuniu lideranças empresariais, pesquisadores e políticos recentemente em Foz do Iguaçu (PR). Leia mais no caderno de Infosustentabilidade.

Não precisa ser vidente para ver que o cenário econômico atual do Brasil não está lá essas coisas – mas o brasileiro é teimoso e acredita que Deus também seja – não teimoso, mas brasileiro. A maioria acha que a economia vai melhorar, mas não se prepara para o futuro. Leia e analise os resultados de pesquisa anual de Preparo para a Aposentadoria, realizada pela seguradora Aegon em nossa seção Pesquisa. O Brasil deu o ‘seu jeitinho’ e conseguiu ficar em segundo lugar no ranking entre os 15 países participantes do estudo, perdendo apenas para os indianos. Ou seja, somos otimistas demais e preparados de menos.

Boa leitura!

## 14 - CAPA

Política arrojada e cultura organizacional bem estruturada direciona o corpo diretivo do grupo que sempre investiu no País e vislumbra aumentar participação no mercado.



## 20 - INFOSUSTENTABILIDADE

6ª edição do Fórum Mundial do Meio Ambiente reúne especialistas em Foz de Iguaçu (PR) para debater as mudanças climáticas e seu impacto nas cidades.

## 24 - DESTAQUE

Entrevista exclusiva com Gilberto de Espíndola, diretor de Transporte da AGCS, sobre o impacto desse aumento no setor de seguros e resseguros.



## 26 - ESPECIAL

Seguro de Responsabilidade Civil conhecido como Directors & Officers (D&O), vem ganhando no Brasil dimensões equivalentes às verificadas no exterior.

## 38 - SEGURO RECALL

A importância do Seguro Recall de Alimentos. Tipo de seguro já adotado em outros países ainda é incipiente no Brasil.



06 - MURAL

12 - ENTIDADES

42 - PESQUISA

44 e 45 - GIRO DE MERCADO

# FAÇA PARTE DA NOSSA HISTÓRIA!



AIG®



**A AIG apresenta: “Carros da sua Vida”.**

Uma ampla campanha publicitária para o Seguro Auto AIG, que conta as histórias que vivemos nos carros que marcaram nossas vidas.

**Confira nosso filme: [www.aig.com.br/carrosdasuavida](http://www.aig.com.br/carrosdasuavida)**

## Bernardinho conversa com corretores

O Programa Conexão, da Liberty Seguros, – iniciativa para reforçar o relacionamento da empresa com corretores –, lançou neste mês mais uma ação do pilar Conectados para Encantar, o Conexão com Bernardinho. O evento aconteceu no dia 31 julho, em São Paulo, no Instituto Tomie Othake.

Bernardinho, técnico da seleção brasileira de vôlei masculino e embaixador da seguradora no Brasil, conversou com cerca de 100 corretores convidados e compartilhou sua experiência no comando da seleção, fazendo paralelos com o mundo corporativo. O técnico também comentou sobre a importância da liderança, planejamento, foco e disciplina para manter-se no topo e superar desafios.



Além da palestra, os convidados tiveram a chance de participar de uma sessão de fotos com Bernardinho.

Neste ano, acontecerão mais outras cinco edições do Conexão com

Bernardinho, uma em cada regional comercial em que a companhia atua (Sul, Interior de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas/Centro Oeste e Nordeste).

## AXA inaugura escritório em Belo Horizonte

Objetivo é impulsionar vendas na região do triângulo mineiro e nos estados na região Centro-Oeste

AXA, um dos maiores grupos seguradores do mundo com operações no Brasil desde 2014, acaba de inaugurar uma filial em Belo Horizonte (MG). O escritório, que será comandado por Danilo Gomes, superintendente Regional com cerca de 20 anos no mercado segurador mineiro, será responsável pelo atendimento ao triângulo mineiro e aos Estados da região Centro-Oeste.

“Tendo em vista o desempenho do mercado da região que, em 2014, cresceu 20%, nossa expectativa de negócios é alta. Estamos progressivamente ocupando novos espaços no mercado brasileiro de maneira muito estruturada. Esse é o jeito que a AXA faz negócios no mundo todo”, afirma Paulo Tavares, diretor

Comercial da companhia.

Entre os focos da empresa, estão o segmento de riscos corporativos e médio mercado das indústrias de uma forma geral, além do ramo de comércios e serviços, setores que representaram cerca de 30% dos prêmios emitidos no estado mineiro no ano passado.

A companhia fechará seu primeiro ano de atuação no País com escritórios em São Paulo (SP), Curitiba (PR) e Belo Horizonte (MG), já em funcionamento; uma unidade no Rio de Janeiro (RJ), proveniente da compra da carteira de grandes riscos da SulAmérica, que deve ser finalizada nos próximos meses; e, ainda, uma filial na região Nordeste, que deve ser inaugurada até o final deste ano.



Paulo Tavares: expectativa de negócios para a região é alta

## PAN Seguros adquire carteira habitacional da SulAmérica na Caixa por R\$ 60 milhões

**A** PAN Seguros anuncia a compra de parte da carteira de seguro Habitacional da SulAmérica Seguros. A transação contempla uma operação específica: a apólice coletiva contratada pela Caixa Econômica Federal na qualidade de estipulante “Apólice CEF” - usada para assegurar a quitação do financiamento em caso de morte ou invalidez do mutuário, além de danos físicos causados ao imóvel.

Trata-se da maior aquisição da história da PAN Seguros, em uma operação que movimentou R\$ 60 milhões, valor sujeito a ajustes futuros conforme as condições estipuladas no contrato de cessão. O negócio entre as seguradoras envolve uma carteira de aproximadamente 124 mil clientes e reforça a posição da PAN Seguros na Caixa Econômica Federal. Desde fevereiro, a companhia é uma das seguradoras que vendem seguro habitacional no banco.

“Esse investimento demonstra o apetite da PAN Seguros para o seg-

mento habitacional e reforça a proposta de sermos reconhecidos como a ‘seguradora dos brasileiros’”, diz José Carlos Macedo, CEO da PAN Seguros. “Entre os grandes diferenciais da empresa está a agilidade na aceitação da proposta, que garante um processo mais rápido e automatizado. Isso é fruto de nossos investimentos em tecnologia nos últimos anos”, completa Macedo. Ainda de acordo com o CEO da PAN Seguros, as condições do seguro habitacional permanecerão as mesmas para os segurados.

A concretização do negócio está sujeita às condições previstas no contrato, o que inclui o aval da Superintendência de Seguros Privados (Susep).



José Carlos Macedo: “investimento em tecnologia: processo mais rápido e automatizado”

### Cobertura Seguro Habitacional PAN Seguros

O seguro habitacional da PAN Seguros é composto pelas seguintes coberturas: morte do segurado decorrente de causas naturais ou acidentais; invalidez permanente e to-

tal causada por acidente ou doença; danos físicos ao imóvel decorrentes de incêndio, raio, explosão, vendaval, granizo, desmoronamento, inundação, alagamento ou enchente.

## Capemisa Seguradora comemora 55 anos de atuação

**A** Capemisa Seguradora completou no dia 24 de julho, 55 anos de atuação no mercado de Seguros com uma história pautada pela preocupação com o indivíduo e a família brasileira. Com mais de 4 milhões de clientes em sua carteira, a empresa investe fortemente no relacionamento com os corretores, que são o seu principal canal de distribuição, e em seus talentos internos, sempre visando a satisfação de seus segurados.

O lado social também sempre esteve presente nesses 55 anos de

trabalho. A companhia tem uma história singular e foi a única empresa do país a ser fundada com o objetivo de sustentar uma obra social, o Lar Fabiano de Cristo, que iniciou suas atividades em 1958. Em 2008, a companhia adquiriu seus moldes atuais, como uma sociedade anônima, capital fechado.

Somente em 2014, cerca de 367

mil pessoas foram beneficiadas por meio das instituições parceiras da Capemisa Social, incluindo essa instituição. A seguradora continuará a desenvolver ações no sentido de buscar as melhores práticas de mercado, com o desafio de melhorar, cada vez mais, o padrão dos serviços prestados e de continuar sendo referência no setor.



## AIG Brasil amplia campanha publicitária de seguro de automóveis no Sudeste

American International Group, Inc. (AIG), uma das organizações líderes no mercado securitário internacional e que presta serviços em mais de 100 países e jurisdições, exibe sua nova campanha publicitária, “Carros da sua Vida”, em São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo, além de Estados do Nordeste. O objetivo da companhia é reforçar a estratégia comercial de seguros para automóveis e aumentar sua participação no segmento de seguros voltados para pessoas físicas.

Com peças para TV, mobiliário urbano, ações de merchandising, mídia digital e impressa, a campanha mostra o vínculo emocional entre o carro e os bons momentos vividos por seus proprietários, em que o veículo tem participação como fio con-

ductor, ressaltando que o melhor de cada automóvel são as histórias e as emoções que eles carregam.

O Seguro Auto AIG apresenta um modelo de negócios ágil para corretores e clientes, com o apoio de uma plataforma de cotação online simplificada e com questionário de risco objetivo. O produto é comercializado por meio dos diversos canais de

distribuição e sempre com o corretor de seguros. “No Brasil, existe muito espaço para crescer no segmento de seguros para automóveis. Por isso, a AIG está focando seus esforços para oferecer um produto que venha, de fato, ao encontro das necessidades do cliente final”, afirma Gisele Riglia, responsável pelo produto Seguro Auto AIG.



## Swett & Crawford remodela site e cria fan page no facebook

Já está no ar o novo site da assessoria em seguros Swett & Crawford, que integra a holding inglesa CGSC. A página da empresa na internet foi totalmente remodelada e agora conta com um layout agradável, intuitivo, além de informações que facilitam o dia a dia dos profissionais do setor de seguros.

A empresa iniciou também sua atuação nas redes sociais com uma

fan page no facebook. A expectativa da empresa é estreitar as relações com seus públicos, principalmente com os corretores de seguros, difundindo por meio desses canais informações, oportunidades e ferramentas de negócios.

Em 2015, a Swett & Crawford iniciou um agressivo processo de expansão que tem por objetivo posicionar a empresa na liderança do

segmento de assessorias em seguros no Brasil. Esse processo tem por base a constituição de parcerias, associações e aquisições de empresas por todo o país para constituir uma rede nacional de distribuição de alta capilaridade.

Desde o começo do ano, a Swett&Crawford já adquiriu o controle de três assessorias em São Paulo, Minas Gerais, Goiás e Distrito Federal. A empresa espera incorporar mais quatro assessorias à sua rede até o final do ano. Também fez um acordo de distribuição com a GC, atuante em mais de 100 cidades, que ampliou ainda mais a capilaridade da empresa.



Acesse o novo site da Swett & Crawford em [www.swett.com.br](http://www.swett.com.br). No facebook, a empresa está presente em [www.facebook.com.br/swettbrasil](http://www.facebook.com.br/swettbrasil)



## A Amil tem especialistas para todos os casos: empresas pequenas, médias ou grandes.

A Amil tem planos sob medida para a sua empresa.

Só um plano completo é capaz de oferecer a solução perfeita para todas as necessidades e para todos os tipos de empresa. Inclusive a sua, claro. E isso só é possível quando você conta com pessoas comprometidas que se dedicam para melhorar a vida dos seus funcionários. Pessoas que pensam, criam, trabalham e lutam para que eles tenham algo muito maior do que um plano de saúde. Para que eles tenham uma vida de saúde.

## Estudo da Deloitte aponta que as empresas devem buscar formas de crescimento inorgânicas

No último ano, o Produto Interno Bruto (PIB) ficou praticamente estável em relação a 2013, a taxa básica de juros (Selic) sofreu seis aumentos consecutivos no primeiro semestre de 2015 e a abertura de capital se manteve arrefecida, como nos anos anteriores.

Diante desses fatores, o estudo da Deloitte “Perspectivas sobre con-



Reinaldo Grasson: “as organizações buscam formas de crescimento inorgânico”

solidação de mercados – Estratégia de investimentos e o movimento de fusões e aquisições” aponta que as empresas estão sendo impactadas há algum tempo pelas dificuldades do ambiente econômico e que buscam estratégias para contornar esse cenário e se manterem competitivas, entre elas, a venda de participação societária ou de ativos e a participação em operações de fusão ou aquisição. A pesquisa contou com a participação de 221 empresas, dos mais diferentes portes e segmentos, com receita líquida de até R\$ 5 bilhões.

“Neste momento, torna-se muito difícil e demorado para as empresas crescerem apenas de forma orgânica. Portanto, as organizações têm buscado formas de crescimento inorgânico”, destaca Reinaldo Grasson, sócio da área de Financial Advisory da Deloitte e líder da prática de Corporate Finance Advisory. As principais estratégias de aquisições, parcerias ou vendas das empresas nos últimos cinco anos (conforme 77% da amostra

das entrevistadas que responderam à questão, em respostas múltiplas) foram: aquisição de ativos de outra empresa (23% das respostas), assumir o controle de outra empresa (21%), venda de ativos (13%) e participação em *joint venture* (11%).

De acordo com o estudo, as empresas manterão as estratégias de crescimento dos últimos anos, com destaque para aquisições de empresas ou ativos – que, nos últimos anos, apresentaram aumento entre as empresas que participaram do estudo. Dentre os participantes (segundo respostas de 74% da amostra, em respostas múltiplas), 39% pretendem adquirir outra empresa, 36% aspiram fazer uma fusão e 34% almejam adquirir um ativo de outra empresa. “Embora as empresas tenham cautela para realizar esse tipo de operação, há um consenso de que as aquisições podem ser uma estratégia eficaz para aplicar recursos e ganhar competitividade em relação aos concorrentes”, afirma Reinaldo Grasson.

## Zurich Santander expande operação de vida em grupo com uso de solução da GTI Solution

A Zurich Santander, uma das maiores seguradoras do país, buscou o apoio da GTI Solution para expandir sua operação de cotação de vida em grupo. O objetivo era automatizar ao máximo o processo de cotação de seguro de vida em grupo, visando aumentar a produtividade mesmo com uma equipe enxuta.

O resultado não poderia ter sido mais positivo. “Com o sistema da GTI

temos um fluxo mais fácil entre corretoras e seguradora e o cliente recebe a cotação em um tempo muito menor”, avalia Rodrigo Elorza, gestor de Seguro de Vida da Zurich Santander. “Ganhamos em performance, aumentamos a produtividade e a assertividade porque uma vez que a cotação é feita no sistema, as taxas e os cálculos estão corretos, e temos todos os históricos para avaliações futuras.”

Para chegar ao sistema ideal para a seguradora, a GTI Solution desenvolveu uma consultoria para entender à necessidade do cliente e desenvolver a solução mais adequada. “Nossa equipe é formada por profissionais oriundos das áreas de negócios das seguradoras, com expertise para construir o sistema na medida do cliente”, afirma Fábio Vicente, gerente de Negócios da GTI Solution.

**AUTO ZERO KM.**

**SEU CLIENTE LEVAR**

**O CARRO PARA REVISÃO**

**SERIA PREVISÍVEL DEMAIS.**

**POR ISSO,**

**LEVAMOS PARA ELE.**

**A vida é imprevisível.  
E isso é muito bom.**

Sabemos que para você, Corretor de Seguros, é fundamental oferecer produtos diferenciados, que realmente facilitem a vida dos seus clientes. Nosso seguro Auto Zero Km é assim. Além do serviço Leva e Traz da primeira revisão, seu cliente conta com Manutenção de Bônus por até 90 dias até o veículo chegar da fábrica, Cobertura Gratuita para danos nas lanternas, faróis e retrovisores e Indenização do Veículo pelo valor de nota fiscal por 6 meses.

Muito mais tranquilidade para os seus clientes e, claro, também para você.

**Viva o imprevisível e deixe o resto com a SulAmérica.**

Este anúncio contém informações resumidas. Os Seguros SulAmérica obedecem às Condições Gerais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. Para mais informações consulte seu corretor de seguros. A utilização das coberturas e dos serviços de assistência está condicionada à contratação no momento de aquisição do seguro. Conheça as condições de uso e abrangência de cada serviço, cobertura ou benefício em: [www.sulamerica.com.br](http://www.sulamerica.com.br). O registro desse plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Cad. SUSEP RG/VD 5494/001/72/2004-34. SulAmérica Companhia Nacional de Seguros CNPJ 33.041.062/0101-09 SAC: 0800 725 5901 Ouvidoria: 0800 725 3374

**SulAmérica**  
Auto

OFEREÇA SULAMÉRICA PARA O SEU CLIENTE.

## Osmar Bertacini será o novo presidente da APTS

Ex-presidente da entidade retorna ao cargo para mandato até 2017

A nova diretoria da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) para o próximo biênio já está definida com a escolha, por meio de consenso, de Osmar Bertacini. Ele sucederá Luis López Vázquez, atual presidente e fundador da entidade. A divulgação oficial de sua candidatura à presidência da APTS na gestão 2015-2017 foi realizada pelo próprio Bertacini, em almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo, realizado dia 18 de agosto.

Ele continuará ocupando o cargo de 2º secretário na atual gestão do Sincor-SP, comandada por Alexandre Camillo. “Com mais de 50 anos de atividade em seguros, poderia estar em casa descansando, mas, dentro de minha inquietude profissional, decidi apresentar minha chapa”, disse.

O executivo, que já ocupou a presidência da APTS por duas gestões



Osmar Bertacini: de volta a presidência da APTS

na década de 90, destaca o importante papel da entidade na disseminação da cultura do seguro e da prática técnica. “Não posso concordar com aqueles que dizem que a técnica de seguros acabou. Há, sim, espaço para técnica e tudo é uma questão de iniciativa e de desenvolvimento de um trabalho”, afirmou Bertacini, que também é diretor da ANSP, da Camaracor-SP, da SBCS e presidente do Conselho Consultivo do CVG-SP.

## Gestão na Era Pós-Digital

“95% do tempo de um executivo é dedicado às pendências. Gestão é dividir o tempo sabiamente entre pendências e tendências. A tendência é superestimar o que podemos fazer em um ano e subestimar o que podemos fazer em 10 anos”, resumiu Walter Longo, mentor de estratégia e inovação do Grupo Newcomm e presidente da Grey Brasil, durante o 1º Workshop de Inovação do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros, que visa incentivar a adoção de práticas inovadoras na indústria de seguros.

Promovido pela CNseg, o evento faz parte do cronograma de ações da 5ª edição da premiação. Na ocasião, Longo, falou sobre as atuais mudanças na gestão empresarial em sua palestra intitulada “Gestão na Era Pós-Digital”. O executivo apresentou exemplos práticos de como as empresas e profissionais precisam rever seus paradigmas e estabelecer novas formas de comunicação com o mercado, além de propor modelos de identificação e transformação de colaboradores e funcionários em agentes de inovação.

### PUBLIEDITORIAL

## Tokio Marine adota o CVG Web da GTI Solution

Em busca de maior eficiência e autonomia no processo para os seus corretores, a Tokio Marine, uma das maiores seguradoras do país, passou a adotar a solução CVG Web da GTI Solution para automatizar a operação de Vida em Grupo da companhia. Trata-se de uma solução de ponta a ponta que faz desde as cotações de vida, a gestão, até a integração com o Core da seguradora.

“Trabalhávamos com muito papel e depois do CVG Web passamos a atuar de uma forma mais eletrônica e menos manual. Além da eficiência no processo, com o cálculo automático conseguimos dar mais autonomia para o corretor poder fechar uma cotação”, afirma Adilson Lavrador, diretor de Operações e Tecnologia da Tokio Marine.

Além do forte investimento em tecnologia, a GTI Solution fundada em 2012, se diferencia no mercado por contar com uma equipe de profissionais altamente especializados e capacitados para desenhar soluções integradas para o setor de seguros. Desenvolvendo ferramentas que ofereçam agilidade para cotações e emissões de apólices e automatizem todo o processo de *back office*.

Assista a reportagem em: <http://bit.ly/1h320sZ>



Adilson Lavrador



A casa, a família, a empresa e as pessoas que trabalham nela são a parte mais importante do mundo do seu cliente. Por isso, conte com o Porto Seguro Proteção e Monitoramento para acompanhar de perto a segurança de quem é importante para ele.

### Confira as soluções:



**Alarmes Monitorados** - seu cliente conta com a Central 24hs para mais segurança e tranquilidade.



**Circuito Fechado de Televisão** - um sistema de câmeras e gravação de imagens para acompanhamento à distância.



**Controle de Acesso** - soluções para seu cliente ter o controle e gestão de pessoas e veículos.



**Rastreador** - sistema de localização em caso de roubo e furto além do acompanhamento do veículo pela internet.



**Alerta** - se um idoso precisar de ajuda, um dispositivo pode ser acionado e o responsável é notificado.

Para mais informações,  
consulte seu gerente comercial ou ligue:  
**4004-2288** regiões metropolitanas  
**0800 727-0343** demais localidades.

[www.portoseguro.com.br/protacaoemonitoramento](http://www.portoseguro.com.br/protacaoemonitoramento)



*Porto Seguro Proteção e Monitoramento.  
Protege o seu mundo.*



# TOKIO MARINE SEGURADORA COMPLETA 56 ANOS DE HISTÓRIA NO BRASIL

**Companhia comemora excelentes resultados e tem planos agressivos para aumentar sua participação no mercado brasileiro até 2017**

**C**enário adverso, alta das taxas de juros, ameaça da inflação... Nada disso parece afetar os propósitos de uma Seguradora atuante no Brasil há pouco mais de meio século. Subsidiária da Tokio Marine Holdings, o mais antigo conglomerado securitário japonês, a multinacional celebra 56 anos por aqui com resultados positivos e perspectivas ainda mais otimistas para os próximos anos. Sua política arrojada e cultura organizacional bem estruturada sustenta o corpo diretivo do grupo que sempre investiu no País e vislumbra aumentar ainda mais sua participação no mercado, a partir de planos de expansão mais agressivos e competitivos. Segundo os últimos dados oficiais divulgados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), a Companhia cresceu 22% no primeiro semestre deste ano, enquanto o mercado evoluiu apenas 5%, sem VGBL.

Depois de atingir a expressiva produção de R\$ 3,26 bilhões no ano passado, o que representou um crescimento de 22,9%, a Companhia reforçou sua atuação na área comercial para alcançar os objetivos do Plano Avançar de maneira sustentável. As ações envolvem reforço das equipes, aberturas de novas sucursais e fortalecimento do relacionamento com os parceiros de negócios nos quatro canais de distribuição: varejo, corporate, afinidades e contas japonesas.

Nos seis primeiros meses de 2015, a Tokio Marine registrou uma produção de R\$ 1,89 bilhão, índice combinado de 99,5% e lucro líquido de R\$ 74,3 milhões. A Seguradora cresceu 26,8% na carteira de Auto, 37% em Produtos Pessoa Jurídica e 15,8% no segmento de Pessoas em comparação ao mesmo período do ano passado. No geral, o desempenho no primeiro semestre deste ano foi 22% maior. “Esses números reforçam a certeza de que continuamos no caminho certo. Após registrarmos em 2014 o melhor desempenho da nossa história no País, estabelecemos metas agressivas e estamos atingindo todos os objetivos. Dessa forma, mantemos o projeto de crescer em média 15% ao ano até 2017, como prevê o Plano Avançar”, celebra o presidente da empresa, José Adalberto Ferrara.

José Adalberto Ferrara,  
Presidente

## Metas alcançadas com louvor

Após superar os R\$ 3 bilhões de produção no ano passado, a Seguradora reforça seu trabalho em todos os canais de distribuição e regiões do País. Seguindo as métricas definidas pelo grupo, a perspectiva é atingir R\$ 5 bilhões em prêmios neste ano, aumentando a participação da companhia no mercado em diversos ramos: Automóvel, Auto Frotas, Grandes Riscos, Transportes, Vida e Afinidades.

A Companhia também está focada em desenvolver mais produtos específicos e customizados voltados a determinados nichos, como o segmento de Pequenas e Médias Empresas. “A estratégia é simples: crescer organicamente, sustentada pelos pilares de qualidade e compromisso do time de colaboradores, qualidade dos produtos e especialmente qualidade na entrega”, explica Ferrara.

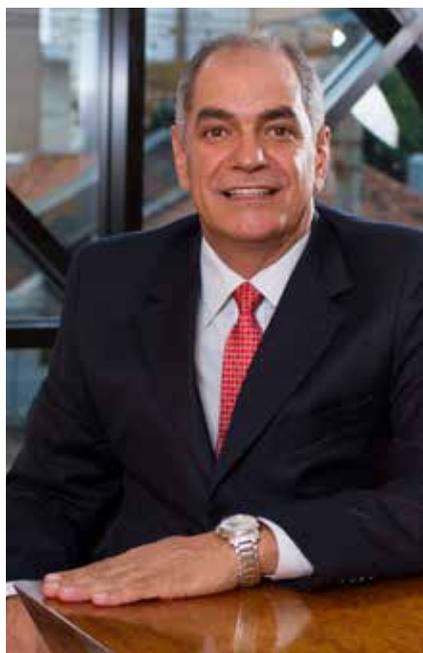
Tão importante quanto o crescimento da produção foi o fato de a Tokio Marine ter fechado 2014 com um índice combinado (que mede a eficiência operacional de uma seguradora) de 98,8%. Quanto menor esse indicador estiver, melhor. “Graças ao aumento da nossa produtividade, conseguimos um ótimo desempenho nos três aspectos que compõem o índice combinado – faturamento, despesas e sinistralidade”, explica o presidente José Adalberto Ferrara. Segundo o executivo, o objetivo é manter o índice combinado inferior a 98,9% até o final de 2017.

Quanto aos objetivos do Plano Avançar, a Tokio Marine quer crescer em todos os segmentos nos quais atua. No ramo de Automóvel, a meta da Seguradora é subir uma posição no ranking de prêmio em cada Estado. Também devem se manter em

ritmo de crescimento acelerado os segmentos de seguro para Pequenas e Médias Empresas e de Pessoas.

Até 2017, a Seguradora pretende dobrar a carteira de Pessoas para R\$ 600 milhões. A mesma estimativa se aplica para o segmento de Afinidades, cuja meta é passar dos atuais R\$ 300 milhões para cerca de R\$ 600 milhões nos próximos três anos. Em Grandes Riscos, a expectativa é dobrar o market share, que hoje é de 5,3%. “Nossa equipe de colaboradores está preparada e empenhada para atingir esses objetivos, sempre em parceria com os Corretores e Assessorias”, destaca Ferrara.

No Canal Varejo, a Tokio Marine está ampliando sua atuação com a abertura de novas sucursais, escritórios e operação home office em várias regiões do País. A ideia é ficar cada vez mais próxima dos Corretores e oferecer soluções adequadas às demandas locais. A Companhia também está investindo no reforço das equipes. Na Superintendência de Vida, por exemplo, já foram contratados 13 novos gerentes comerciais para fortalecer o



Valmir Rodrigues, diretor executivo comercial

time que tem como objetivo dobrar a participação da Companhia neste mercado em três anos.

No Canal Corporate, a reestruturação das áreas técnicas, com a contratação de especialistas, e a renovação dos contratos de resseguros de forma abrangente e muito mais competitiva são grandes diferenciais para que a Seguradora também dobre sua presença no segmento de Grandes Riscos. Já em Afinidades, o reforço passa pelas nomeações de duas profissionais de grande experiência para a diretoria e a superintendência da área, entre outras iniciativas, o que tem gerado o fechamento de novos contratos e perspectivas promissoras para 2015. O Canal Contas Japonesas também foi reestruturado para atender aos Corretores de forma ainda mais assertiva.

Segundo Valmir Rodrigues, diretor executivo comercial da Tokio Marine, todas as metas foram estabelecidas com base em análises criteriosas de tendências e potencial de mercado. “Além disso, é muito importante destacar que a Companhia está preparada para sustentar este crescimento. Temos investido muito em aperfeiçoamento de processos internos, produtos e serviços, para facilitar o dia a dia e fidelizar nossos Corretores e Clientes. As áreas comercial, técnica e administrativa formam um time unido em torno do mesmo objetivo”, salienta.

## Novidades no Seguro Automóvel

Ao registrar crescimento de 26,8% em Seguro Automóvel em comparação ao mesmo período do ano passado, enquanto o mercado registrou um aumento de apenas 5,5%, segun-

do dados oficiais divulgados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), de janeiro a junho de 2015, a Companhia torna-se destaque no segmento, apresentando o melhor desempenho no mercado brasileiro nos últimos três anos entre as principais empresas, de acordo com o órgão regulador. “Temos uma agilidade muito grande para implantar novos produtos e serviços, visando sempre à melhoria na qualidade da entrega, o que atrai a cada dia novos Corretores para trabalhar conosco”, afirma Marcelo Goldman, diretor executivo de Produtos Massificados.

Após bater a marca histórica de um milhão de veículos segurados no final de 2014, a Seguradora lançou no início deste ano três grandes novidades para o mercado. A primeira foi a implantação do Cotador Tokio Auto (CTA), ferramenta de fácil utilização que oferece uma nova forma de cotar os seguros Auto, Auto Clássico, Caminhão e Utilitário Carga. Por ser mais moderno, o método possibilita que melhorias, ajustes e a implantação de novas condições, coberturas e serviços ocorram com mais agilidade



Marcelo Goldman, diretor executivo de Produtos Massificados

e sejam informadas em tempo real aos corretores.

O cotador foi desenvolvido com base nas opiniões dos corretores que comercializam os produtos da Seguradora. O projeto-piloto foi colocado à disposição dos profissionais para comentários e propostas de melhoria no mês de fevereiro e recebeu sugestões de aperfeiçoamento e diversos retornos positivos. Feitos os devidos ajustes, o produto está disponível desde junho no ‘Portal Nosso Corretor’ e pode ser acessado também em smartphones e tablets.

“Mesmo com o expressivo desempenho registrado na carteira de automóvel nos últimos três anos, continuamos investindo para ser referência no mercado, inclusive o lançamento do CTA faz parte dessa estratégia. Queremos manter o patamar de crescimento, sustentados pelos pilares de qualidade e compromisso do time de colaboradores, qualidade dos produtos e qualidade na entrega dos serviços aos parceiros de negócios e clientes”, afirma Goldman.

Simultaneamente ao lançamento do cotador, a Tokio traz ao mercado novidades com foco nos produtos Auto e Auto Clássico, como a cobertura que permite dobrar o prazo de garantia para indenização dos veículos 0km. Enquanto a prática do mercado é assegurar a indenização de veículos por perda total com valor de carro novo em até 90 dias, a Companhia agora oferece a opção de estender os prazos de 180 dias para 1 ano no Tokio Marine Auto, e de 90 dias para 180 no Tokio Marine Auto Clássico. “Essa é uma grande vantagem, principalmente para os corretores que trabalham em concessionárias”, avalia o executivo.

No serviço de Vidros, os planos foram segmentados, ampliando as

opções de ofertas para os clientes. A empresa manteve os serviços já existentes no Plano Básico (para-brisas, vidros laterais e traseiro) e reposicionou o Plano Completo (Básico + retrovisores, faróis e lanternas), tornando-o similar ao padrão de mercado. Em paralelo, foi criado o Plano VIP (Completo + Reparos de para-choques + Reparos de arranhões), que passa a ser um dos mais diferenciados do mercado.

A Seguradora também passou a oferecer um desconto promocional no CTA, a Super Oferta. A dedução é oferecida em algumas oportunidades diretamente no sistema por tempo limitado. De acordo com Goldman, a concessão de desconto real tem como principal objetivo atrair os Parceiros de Negócios a cotar ainda mais os seguros da Tokio Marine. “Com o novo sistema de cálculo e as melhorias nas coberturas e serviços, temos confiança de que continuaremos nossa trajetória de sucesso na comercialização de seguros de Automóvel”, explica.

Outra novidade foi a implementação da Renovação Antecipada, condição inovadora que concede desconto para renovações transmitidas até sete dias antes do vencimento da apólice anterior, quando o pagamento é à vista. Além disso, neste ano foi lançada a Cotação a Jato, sistema para frotas que garante preço na ponta para seguros de três a 10 itens e agilidade de retorno aos corretores para seguros acima de dez itens. “Nossos parceiros que estão em campo trabalhando com o CTA nos transmitem uma excelente avaliação desse novo sistema. Com relação à Renovação Antecipada e à Cotação a Jato, essas ações já são um sucesso de vendas”, comemora Goldman.

A expectativa do executivo é de manter o crescimento da carteira de

Automóveis até o final deste ano. No portfólio estão incluídos os seguros Auto, Auto Clássico, Auto Frota, Caminhão e Utilitário Carga. Desde 2011, a Tokio Marine trabalha fortemente para aumentar e solidificar sua participação no ramo. Dobrou seu market share de 3% para cerca de 6% e teve um significativo aumento da produção: de R\$ 640 milhões, em 2011, para R\$ 1,857 bilhão, em 2014.

### Projeto Impressão In Home

Seguindo sua política de agilizar e facilitar o dia a dia de seus parceiros, a Tokio Marine desenvolveu o Projeto Impressão In Home. O processo consiste na implantação de um software para diagramação, formatação e padronização de layout para qualquer tipo de documento nos mais diversos formatos de output, como PDF ou arquivos para serem processados nos Print Centers.

Com a implantação, a Seguradora internaliza toda a inteligência do processo e passa a enviar documentos prontos para impressão. A ferramenta confere à Companhia total autonomia para utilizar qualquer Print Center homologado, pois os documentos já chegam formatados e prontos para impressão.

A novidade traz melhorias aos materiais, como novos layouts da apólice e do endosso, que ficam mais 'limpos' e com informações simplificadas. Inclui também o lançamento do Resumo da Apólice, modelo similar ao da Apólice Completa, mas com redução da descrição de alguns dados. O corretor poderá optar por receber a Apólice Completa ou o Resumo da Apólice, em uma ou duas vias, e endereçar a entrega somente para o segurado, para o segurado e corretor ou somente para sua corretora mesmo.

## Campanha Super Conta Corrente Auto 2015

A fim de auxiliar seus parceiros de negócios a aumentar as vendas de novos seguros e as renovações neste segundo semestre, a Tokio Marine lançou a campanha Super Conta Corrente Auto 2015. A iniciativa permite a geração de um saldo na conta corrente de cada corretor, que poderá ser utilizado em forma de desconto em qualquer outro negócio do mesmo produto.

Até 30 de novembro, todos os corretores cadastrados na companhia terão um piso determinado, de acordo com as características e o potencial de cada um. A cada emissão acima desse piso, receberão crédito mensalmente em suas contas correntes. Quanto maior a performance, mais créditos serão acumulados. A campanha inclui os produtos Auto, Auto Clássico, Caminhão e Utilitário Carga.

“O projeto também contempla a reformulação das Apólices e será disponibilizado para diversos produtos focados em Pessoa Jurídica, sendo que, inicialmente, atenderá às demandas do seguro Auto Frotas”, afirma Adilson Lavrador, diretor de Operações e Tecnologia da companhia.

De acordo com o executivo, a reformulação da apólice agrega vantagens como a personalização de todos os itens do Cartão do Segurado, possibilidade de inclusão da logomarca da Corretora no documento e facilidade de consulta das informações. O resumo da Apólice e do Endosso trazem as principais informações (dados do cliente, do corretor, de pagamento e também a relação dos itens). As versões digitais dos documentos (completa e resumida) e os carnês

“Com a conta corrente, o corretor pode gerir seu próprio saldo e conceder descontos em qualquer tipo de seguro, de forma automática, diretamente no sistema de cálculo e sem necessidade de pedir autorização para a Seguradora, tornando o processo muito simples e rápido”, explica o diretor executivo comercial, Valmir Rodrigues.

A ferramenta está disponível nos sistemas de cotações da Seguradora tanto para Pessoas Físicas como Jurídicas. É possível acompanhar todas as movimentações, saldos e extratos também via Portal do Corretor. “Até o dia 30 de novembro, as Corretoras cadastradas podem participar da iniciativa e potencializar o fechamento de novos negócios. Convido nossos parceiros a aproveitar a oportunidade para ganhar ainda mais com a Tokio Marine”, finaliza Rodrigues.

estão disponíveis para consulta no Portal Nosso Corretor (PNC).

### Negócios internacionais

A Tokio Marine Holdings adquiriu neste ano a HCC Insurance Holdings por US\$ 7,5 bilhões, o equivalente a R\$ 24 bilhões. O negócio é o maior já feito por uma companhia de seguros japonesa no exterior, segundo o The Wall Street Journal. A transação deverá ser concluída no quarto trimestre de 2015.

A compra da HCC, que tem sede em Houston (Texas), vai potencializar significativamente a sua presença nos EUA, maior mercado de seguros do mundo. Com o acordo, a Seguradora passa a ofertar seguros de Saúde e Trabalho, políticas de responsabilidade para diretores e conselheiros, seguro de Agricultura

e outras linhas especializadas.

A aquisição da HCC, somada às atuais empresas Kiln, no Reino Unido, Philadelphia e Delphi, nos Estados Unidos, além da operação da Tokio Marine no Brasil, solidifica o Grupo como uma seguradora verdadeiramente global, com as principais franquias especializadas. Além disso, o Grupo Tokio Marine vai acelerar o crescimento em escala e rendimento de seus negócios internacionais, com um aumento de 38% para 46% nos lucros no ano fiscal de 2015.

Em um comunicado, o presidente do Grupo Tokio Marine, Tsuyoshi Nagano, afirmou que a união das operações já existentes na Tokio

Marine com os segmentos de atuação da HCC contribuirá para uma maior diversificação das exposições aos riscos no portfólio global da empresa. Essa expansão trará significativa melhoria na eficiência de capital e crescimento de lucro sustentável, o que permite o estabelecimento de base de negócios do Grupo mais sólida.

De acordo com Christopher JB Williams, CEO do HCC, com a Tokio Marine, a empresa ganha espaço no cenário internacional para expandir seu portfólio e experiência, além de uma base financeira para competir com as maiores seguradoras e a oportunidade de expandir as coberturas oferecidas aos clientes.



Adilson Lavrador, diretor de Operações e Tecnologia

## Tokio Marine recebe “Troféu Gaivota de Ouro” 2015

Companhia é premiada nas carteiras de Seguros Condomínio, Automóvel, Grandes Riscos e Empresarial. Presidente José Adalberto Ferrara foi homenageado como “Executivo do Ano”

Como nos últimos anos, a Tokio Marine conquista mais um “Troféu Gaivota de Ouro”, em evento promovido anualmente pela Revista Seguro Total e pela Publiseq Editora. Na edição deste ano, a Companhia foi agraciada nas categorias “Excelência na Carteira de Seguro Condomínio”, “Melhor Performance – Seguradora que mais cresceu no ramo de Automóveis” e “Excelência nas carteiras de Grandes Riscos e Empresarial”. Na ocasião, o presidente José Adalberto Ferrara foi homenageado como “Executivo do Ano”. A cerimônia de premiação aconteceu no dia 23 de julho, no Centro de Convenções São Luis, na cidade de São Paulo.

“Nos sentimos honrados e muito contentes com o reconhecimento do mercado. Continuaremos aprimorando nossos processos, produtos e serviços para facilitar o dia a dia de corretores e assessorias, atender às necessidades de nossos clientes e



O presidente Adalberto Ferrara é homenageado durante a premiação

contribuir para o fortalecimento do mercado de seguros no Brasil”, disse José Adalberto Ferrara.

O prêmio é entregue a empresas classificadas em quatro categorias distintas, incluindo companhias de seguros e resseguros, fundos de previdência privada e de capitalização, corretores, prestadores de serviços

em seguros e da área médica e odontológica. A escolha dos ganhadores tem como critério a performance econômico-financeira e de arrecadação em prêmios. A avaliação foi feita no período de maio de 2014 a abril de 2015, utilizando dados disponibilizados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep).

# PARA A OBRA DO SEU CLIENTE, CONSTRUÍMOS O MELHOR SEGURO

O LIBERTY ENGENHARIA REFORMAS oferece proteção para pequenas reformas em residências, edifícios comerciais e empresas, com coberturas básicas, exclusivas e adicionais:

## EXCLUSIVAS

- ▶ Responsabilidade Civil para terceiros;
- ▶ Propriedades Circunvizinhas;
- ▶ indenização em caso de danos a áreas que não fazem parte da propriedade da obra.

## ADICIONAIS

- ▶ Danos físicos consequentes de erros de projeto;
- ▶ Despesas com desentulho;
- ▶ Equipamentos de pequeno e médio porte;
- ▶ Manutenção ampla;
- ▶ Entre outras.



Utilize o Cotador On-line para ter mais facilidade e agilidade no processo de contratação.





# SUSTENTABILIDADE É A DIREÇÃO

6ª edição do Fórum Mundial do Meio Ambiente reúne cerca de 370 participantes entre lideranças empresariais, políticos e pesquisadores para analisar de que forma agir em um mundo em constante transformação

Por Mayara Simeão

O tempo está mudando, e quando se diz isso não se está falando de clima como chuva, sol, nevoeiro, tempestade...E sim como a evolução da sociedade das últimas décadas vem impactando o meio ambiente. Em pleno século XIX, início da Revolução Industrial, a mentalidade se concentrava mais em “como acelerar o processo de tudo”. Em uma primeira etapa, houve o aparecimento das máquinas a vapor. Conduzido pela ambição da construção de inovações como o emprego do aço, a



Virgílio Viana: “é necessário repensar os conceitos de mobilidade, gestão de resíduos sólidos, saneamento, energia e áreas verdes das cidades brasileiras”

utilização da energia elétrica e dos combustíveis derivados do petróleo, a invenção do motor a explosão, da locomotiva a vapor e o desenvolvimento de produtos químicos, o ser humano não pensou no futuro, não se deu conta de que essa “evolução” não seria tão generosa com a natureza.

A população mundial cresceu vertiginosamente, e com ela a poluição e o uso maior dos recursos naturais... Agora, dois séculos depois de iniciada a corrida desenfreada pela industrialização, restaram as consequências do que se fez no passado. Falta de água, de energia, extinção de espécies da fauna e da flora e catástrofes naturais, que vêm ocorrendo com maior frequência em todo o planeta.

Parece que não, mas tudo isso afeta a economia, e como o empresariado deve lidar com tudo isso? Para debater melhor sobre o assunto, a 6ª edição do Fórum Mundial do Meio Ambiente, promovido pelo LIDE (Grupo de Líderes Empresariais e o LIDE Sustentabilidade) – realizado nos dias 25 e 26 de junho, em Foz de Iguaçu (PR) –, focou exatamente nesse tema.

O encontro reuniu diversos especialistas que apresentaram as mudanças climáticas e o impacto nas cidades. Virgílio Viana, superintendente da FAS (Fundação Amazonas Sustentável), abordou o tema sobre construção de “Cidades do Amanhã” (cidades sustentáveis). Ele comentou sobre o desafio, não só do empresariado, mas do setor público e da sociedade em geral, de se criar métodos alternativos para diminuir impactos maiores ainda em um futuro próximo. “É necessário repensar os conceitos de mobilidade, gestão de resíduos sólidos, saneamento, energia e áreas verdes das cidades brasileiras. São mudanças necessárias que precisam ser realizadas com urgência e audácia para que a gente tenha condições de transformar o cenário a que estamos expostos”, afirma Viana.

## Empresas investem para mitigar os efeitos dessa transformação e esperam maior atuação do poder público

Pesquisa realizada pelo Datafolha apresentada durante a 6ª edição do Fórum Mundial do Meio Ambiente revela que 100 empresas listadas entre as mil maiores do Brasil, participaram do levantamento. Para 46% dos entrevistados, as iniciativas governamentais em relação ao tema são ruins ou péssimas. Apenas 4% acreditam que elas são boas ou ótimas. E, para 71% dos participantes, políticas públicas relacionadas ao assunto beneficiaram a economia.

A iniciativa privada apontou ainda 28 propostas que o governo pode adotar para lidar com as mudanças climáticas, beneficiar a inovação e otimizar investimentos, além do retorno financeiro para as empresas. Os itens mais citados foram adesão à energia limpa, como solar e eólica (18%), investimento em novas tec-

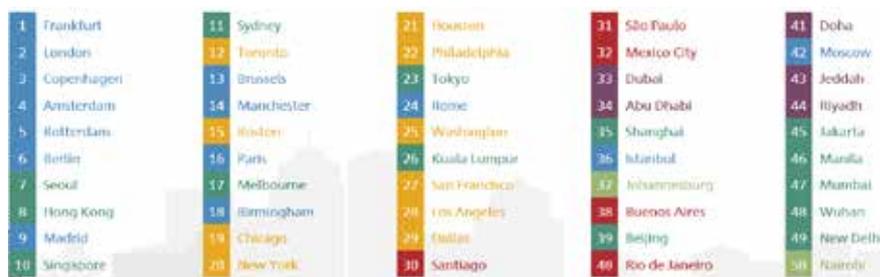
nologias para diminuir poluentes (12%) e incentivo tributário à preservação ambiental (12%). Especialmente sobre retornos financeiros ao país, a adoção de energia renovável aparece em 20% das menções, atrás apenas de investimento em tecnologia (32%).

“A pesquisa mostra que o empresário brasileiro está preocupado com o crescimento do próprio negócio tanto quanto com o desempenho da economia do país. Uma coisa não dá para se desvencilhar da outra. É sabido que um setor ou outro pode ir bem em alguns momentos de crise, mas é evidente que todos terão mais tranquilidade se o Brasil estiver bem economicamente e for competitivo”, acrescenta João Doria, presidente do LIDE (Grupo de Líderes Empresariais e o LIDE Sustentabilidade).

## O que cidades sustentáveis têm?

- Sistemas de transportes que permitem às pessoas percorrerem a cidade de forma rápida e acessível
- Ar limpo e abastecimento de água potável
- Fortes estruturas e instituições sociais que trabalham de maneira planejada e eficiente
- Mão-de-obra capacitada e saudável
- Um ambiente propício a um forte desempenho econômico

Ranking de Cidades Sustentáveis ARCADIS\*



\*Divulgado na National Geographic

Confira entrevista exclusiva com Vinícius Lummertz, presidente da Embratur, expositor responsável por trazer o tópico sobre alternativas sustentáveis para o debate da 6ª edição do Fórum do Meio Ambiente:



**Seguro Total - Na sua opinião, qual a importância do 6º Fórum Mundial do Meio Ambiente?**

**Vinícius Lummertz** - o mundo passa hoje por uma grande transformação. Originalmente, as grandes economias cresceram com a exploração desenfreada dos recursos naturais cada vez mais escassos e caros. Hoje, existe a percepção de que o crescimento econômico precisa acontecer de forma sustentável para o bem das próximas gerações. E o Fórum Mundial do Meio Ambiente já se consolidou como um espaço de reflexão e definição de estratégias para este futuro cada vez mais próximo. Em dois dias, conseguimos trocar experiências sobre gestão econômica, ambiental e social com importantes lideranças empresariais, políticos, pesquisadores e organizações, na tentativa de entender práticas e ações que possam preparar as cidades para enfrentar tais mudanças.

**ST - Um dos temas abordados durante o evento foi o papel das empresas na construção das Cidades do Amanhã. Poderia falar um pouco mais sobre isso?**

**VL** - Em minha apresentação tive a oportunidade de falar sobre o Turismo e as Cidades do Amanhã e sobre a certeza de que só existe uma direção a seguir: a da sustentabilidade. Temos que nos preocupar com o desenvolvimento, que por si só deveria ser sustentável – do contrário, a conta será cobrada mais tarde. É importante lembrar que esse conceito vai além da conservação do meio ambiente. Tem a ver com poder andar na rua com segurança e tranquilidade. Nesse sentido, também destaco como o turismo, essa importante atividade econômica, pode colaborar para planejar o futuro das cidades e como as empresas têm papel fundamental na construção das Cidades do Amanhã.

**ST - Em sua visão, como a economia é afetada quando esses impactos abalam uma cidade inteira, por exemplo?**

**VL** - Qualquer economia sofre com as interferências causadas pelas mudanças climáticas. O alto custo de matérias-primas e energia, por exemplo, tornam o custo de vida nas cidades cada vez mais elevado. Sem falar na escassez de água, que é um problema mundial e interfere na saúde da população, na qualidade de vida e tem um forte impacto na economia e nos valores de produtos de necessidades básicas para o ser humano. Há 43 anos, quando se começou a discutir o meio ambiente na Conferência de Estocolmo, a opinião pública achava que era exagero dos “eco-chatos”. Hoje, no entanto, pesquisa do Datafolha aponta que 85% dos brasileiros, por exemplo, estão muito preocupados com as mudanças climáticas. Não dá mais para

falar em crescimento sem considerar a sustentabilidade. Vemos a crise que o país e o mundo enfrentam atualmente e é preciso abrir novos caminhos, com responsabilidade ambiental. Como costume dizer, o motor da sustentabilidade é sempre econômico.

**ST - Quais as conclusões finais sobre o encontro, listadas na Carta de Foz?**

**VL** - A Carta de Foz traz 14 pontos-chave bastante debatidos nos dois dias do Fórum Mundial do Meio Ambiente. Ficou claro que o mundo urge por soluções criativas e responsáveis. É fundamental transformar as ameaças das mudanças climáticas em oportunidades para o desenvolvimento sustentável. Para isso, é preciso reformular políticas econômicas e tributárias. Além disso, devemos estar cada vez mais integrados regionalmente. Em tempos de mundo globalizado, o que acontece na China impacta diretamente no Brasil e vice-versa.

**ST - Para finalizar, o que a Embratur tem feito para contribuir com essas mudanças?**

**VL** - A Embratur vive um momento de reformulação. A economia do turismo é muito diferente hoje e, nesse sentido, estamos trabalhando para renovar essa importante autarquia. Meu compromisso é garantir que essa mudança macroestratégica aconteça de forma responsável e sustentável para que o turismo finalmente se posicione econômica e politicamente como uma importante alavanca de desenvolvimento do país. Este setor pode atrair investimentos limpos, favoráveis ao meio ambiente, que gerem emprego e renda nos ‘quatro cantos’ do Brasil. Para isso, precisamos que os órgãos competentes estejam preparados para captá-los e esse é o grande legado que pretendo deixar na minha gestão.

## Ações sustentáveis de empresas de seguros

Sabe quando alguém diz: sustentabilidade pode ser feita em casa? Pois é, empresas do setor têm praticado esse conceito dentro da companhia, criando modos para economizar água, energia e outros recursos naturais. Qualquer forma de incentivo vale a pena, seja fixando avisos em quadros para conscientizar colaboradores, seja estimulando seus clientes a fazerem o mesmo. Confira o que algumas empresas estão fazendo:

### Unimed

A Unimed sempre busca colocar em prática, dentro e fora do âmbito de trabalho, ações sustentáveis. Na questão da redução do consumo de água são realizados vários procedimentos na empresa, além de incentivo aos colaboradores. Há uma cisterna na sede matriz da empresa, que capta água da chuva e serve para limpeza externa, interna e irrigação de jardins. Para incentivar os colaboradores, a Unimed criou o desafio de trazerem sua última conta de água para ganhar ingressos para jogos de futebol. “Tudo isso já era praticado antes dessa crise. Por isso, para contribuir de maneira ainda mais efetiva diante do cenário atual, reduzimos, também, no final de 2014, a pressão da água das torneiras de nossos dois prédios em São Paulo”, ressalta Fernando Poyares, superintendente de Relações Institucionais da Unimed Seguros.

### Zurich

“A Zurich tem como principal missão auxiliar o cliente. Estamos sempre atentos às necessidades vigentes, para as quais buscamos

inovações e soluções”, declara Walter Pereira, diretor da área de Multiriscos e Equipamentos da Zurich no Brasil. A companhia oferece, bem antes da crise hídrica se instalar, a consultoria ambiental gratuita para todos os segurados. O serviço analisa a situação de cada indivíduo e indica a melhor maneira para a redução do consumo de água, e também de energia elétrica. Em menos de dois anos, os segurados da Zurich economizaram cerca de 40 mil m<sup>3</sup>, de acordo com o levantamento realizado pela Eco Assist, empresa que realiza a consultoria.

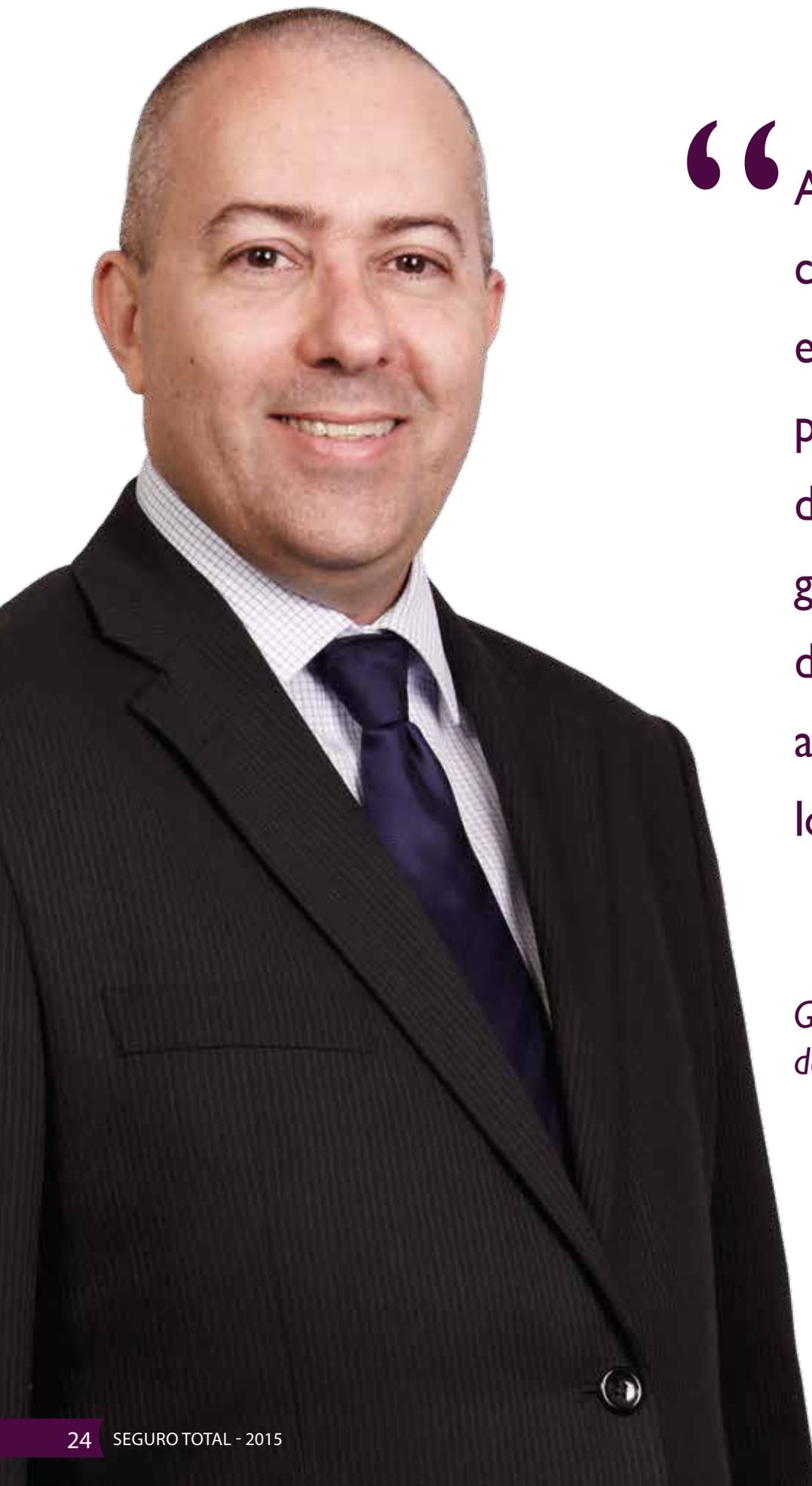
### Argo

Preocupados com a situação atual que o Brasil, principalmente São Paulo, se encontra por causa da falta de água, a Argo Seguros busca conscientizar seus colaboradores e planeja realizar mais ações para reduzir o consumo de água. No condomínio onde a empresa está instalada, diversos cartazes foram afixados em elevadores e outras áreas comuns, alertando a todos quanto aos cuidados na utilização da água. Outra medida, foi a instalação de válvulas nas caixas dos banheiros, a fim de se realizar descarga seletiva: curta ou longa. “Buscamos discutir sempre o plano de contingência para falta de água, o que tem influenciado sobremaneira a consciência dos colaboradores”, comenta Paulo Holland, diretor de Operações da Argo Seguros.



### Mapfre

Levantamento recente da Sabesp aponta que, só na Grande São Paulo, 80% da população já reduziu o consumo com mudanças simples de comportamento. Entretanto, especialistas da Mapfre Assistance alertam que, muitas vezes, o desperdício pode passar despercebido. Para Luís Carlos dos Santos Santana, supervisor dos técnicos da frota própria de atendimento aos serviços residenciais da empresa, a casa tem ‘vilões silenciosos’. Entre os vazamentos mais comuns estão os relacionados à caixas acopladas de vasos sanitários, que com o tempo de uso não controlam mais o fluxo de água, descartando o excesso pelo vaso; válvulas de descarga, que demoram a parar após o acionamento; bóias de caixa d’água, que deixam de controlar o enchimento do reservatório, que pode transbordar em casos extremos; e torneiras de jardim pingando. “A maioria desses problemas está relacionada ao tempo de uso dos equipamentos, que sofrem um desgaste natural. A recomendação é fazer uma avaliação preventiva dos mecanismos hidráulicos anualmente”, explica.



“ A expansão do comércio eletrônico e o aumento do poder de compra de algumas classes geraram grande demanda para as empresas de logística. ”

*Gilberto de Espíndola,  
da AGCS*

Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), o coeficiente de penetração das importações, que mede a participação dos produtos importados no consumo nacional, subiu 0,6 ponto percentual em 2014, alcançando 22%, um novo recorde. Para falar com exclusividade sobre o impacto desse aumento no setor de seguros e resseguros, a **Revista Seguro Total** entrevistou Gilberto de Espíndola, diretor de Transportes da AGCS (Allianz Global Corporate & Specialty). Formado em processamento de dados pela Universidade da Cidade de São Paulo e com especialização em Marketing e em Administração de Seguros, o executivo soma atualmente cerca de 15 anos de experiência na área de seguros e resseguros. No grupo Allianz, iniciou sua carreira como gerente técnico de Transportes e, em menos de cinco anos, alcançou o posto de diretor de Transportes no Brasil da AGCS. Em 2014, foi promovido ao cargo de diretor de Transportes na América Latina da resseguradora, responsável por cobertura para danos físicos à carga ou roubo, cobertura de cascos marítimos, responsabilidade civil e coberturas especiais para atraso de início de operações em projetos. Confira a entrevista:

### **Seguro Total - Quais os impactos disso para os setores de Seguros e Resseguros de Transporte de Carga Nacional?**

**Gilberto de Espíndola** - de fato, o aumento recorrente do coeficiente de penetração das importações desde 2007, deveria trazer algum impacto no volume de prêmios relativos a transporte internacional (carteira mais rentável para as cias. seguradoras que operam nesse ramo). Entretanto, isso não se reflete nos números de prêmios arrecadados no mesmo período. Os volumes de negócios, na carteira de seguros de transportes internacionais, demonstram uma tímida recuperação agora em 2015, entretanto, desde 2012 as seguradoras vêm sofrendo com queda constante na média de arrecadação dessa carteira. O mesmo não se vê nos riscos de Responsabilidade Civil de transportadores, ou seja, com exceção de 2012, essa carteira demonstra crescimento constante ano após ano.

### **ST - A indústria de Seguros vem respondendo à crescente demanda de mercado. Por tratar-se de um segmento altamente competitivo, como explorar novas oportunidades de negócios em termos de seguros de cargas?**

**GE** - Além do segmento altamente competitivo, as alterações nas regras relacionadas ao seguro de carga, geraram um impacto operacional nas seguradoras especializadas nesse segmento, que foram obrigadas a efetuar adaptação de sistemas e aprovação de novos produtos para atender às novas exigências regulatórias.

A expansão do comércio eletrônico e o aumento do poder de

compra de algumas classes geraram uma grande demanda para as empresas de logística e esse é um setor que demonstra uma grande oportunidade para oferta de novos produtos e serviços.

### **ST - Diante desta realidade, é possível as seguradoras que trabalham com cargas começarem a perder espaço no mercado?**

**GE** - Não vejo um cenário com perda de espaço no mercado, mas sim o aumento da concentração dos seguros de carga em alguns grupos seguradores. Algumas companhias já começam a demonstrar direcionamento de esforços para linhas de riscos pessoais (vida, automóvel, residência etc), diminuindo o volume de negócios nas linhas corporativas.

### **ST - Quais alterações a fazer seriam importantes na estrutura do sistema de comercialização de Seguros de Transporte de Carga Nacional?**

**GE** - Acredito que outras formas de atuação poderiam ser discutidas ou estudadas, por exemplo, na Colômbia algumas apólices de responsabilidade civil do transportador possuem suas taxas aplicadas sobre o valor do frete e não sobre o valor das cargas transportadas. Esse sistema de cálculo de prêmio possibilita a cobrança pelo faturamento e poderia gerar mais precisão nas estimativas de custos dos transportadores. Além disso, em alguns países da Europa, a cobrança de prêmio é efetuada em virtude das coberturas e limites escolhidos pelo cliente. Infelizmente, alinhar novas formas de comercialização com todas as regras e legislação vigentes é um grande desafio para os seguradores e, gostaria de ser surpreendido, mas não acredito que teremos algo novo no mercado em um futuro próximo.

### **ST - Os Seguros de Transportes continuarão a proporcionar proteção ampla para bens e mercadorias transportados no território nacional em operações de importação?**

**GE** - Os seguros de transporte internacionais já possuem um alinhamento muito grande com os produtos que são oferecidos no mercado internacional; dessa forma, não há motivos para qualquer tipo de redução nas proteções atualmente oferecidas.

### **ST - Em sua opinião, com o aumento do consumo de produtos importados, o que deve mudar na prática?**

**GE** - Nesse segmento não vejo muito a ser alterado, os produtos disponíveis atendem a demanda e ainda é uma carteira de muito interesse para as seguradoras brasileiras. Acredito que o aumento no consumo deve trazer um pouco mais de receita nesse segmento e também nos riscos ligados às empresas de logística.

# JOGANDO XADREZ TODOS OS DIAS

Cautela, inteligência e conhecimento são elementos básicos para que altos executivos mantenham seus cargos e patrimônios a salvo. Modalidade altamente técnica e complexa, o seguro de responsabilidade civil conhecido como Directors & Officers (D&O), vem ganhando por aqui dimensões equivalentes às verificadas no exterior

Por Aurora Ayres

**A**utorizações para investimentos, operações de alto risco, apostas em derivativos...Em época de transações financeiras cada vez mais complexas, como evitar que tomadas de decisões transformem-se em danos para clientes e acionistas? E como minimizar possíveis riscos? A função diária de um administrador/gestor pode ser comparada a um jogo de xadrez: conduzir bem cada lance para não perder. O cheque-mate? Consequências de erros graves de gestão que, muitas vezes, podem liquidar o patrimônio de figuras do alto escalão de qualquer corporação custando-lhes seus empregos, reclamações e até ações na Justiça.

Com as visíveis mudanças no mercado, a necessidade de proteção é real. O Seguro D&O (sigla em inglês para Directors and Officers Liability Insurance) é uma modalidade de seguro de Responsabilidade Civil que visa proteger o patrimônio de altos executivos – como CEO (Chief Executive Officer), CFO (Chief Financial Officer) e o seleto clube dos que se reportam diretamente ao presidente da companhia – quando responsabilizados, judicial ou administrativamente, por decisões que causaram danos materiais, corporais ou morais involuntários a terceiros.

Quem contrata a apólice não é o segurado – administradores, diretores, conselheiros e gerentes –, mas a tomadora do seguro, empresa. O sócio é segurado somente se

exercer a função de administrador. Recomenda-se que, para a contratação de qualquer apólice, o segurado deve procurar um corretor de sua confiança. “Realizado este primeiro passo, a empresa deve preencher corretamente todas as perguntas do questionário de avaliação de riscos e encaminhar suas informações financeiras consolidadas dos dois últimos exercícios fiscais para então receber as propostas das seguradoras com as coberturas e prêmio para contratação do D&O”, explica a advogada Thabata Najdek, Underwriter Finacial Lines da Allianz Global.

Com uma correlação direta aos eventos amplamente noticiados na mídia – Petrolão & Operação Lava-jato, crise no mercado de Oil&Gas etc. –, toda a funcionalidade e amplitude de cobertura do seguro está sendo testada. Maurício Bandeira, gerente de Produtos Financeiros da AON salienta que o D&O quando corretamente negociado e contratado, garante cobertura mesmo para eventos passados desconhecidos pela empresa/segurados. “Podemos tomar como exemplo alguns dos casos noticiados e no momento em processo de investigação, onde o ‘fato gerador’, ou seja, a causa do problema, está inserida num momento passado e que agora levanta dúvidas sobre os procedimentos adotados. Esse ‘descasamento’ entre o evento e um posterior questionamento por parte de terceiros, é considerado e coberto dentro da abrangência de cobertura do seguro”, esclarece.

## Complexo e coletivo

Por se tratar de um seguro complexo com coberturas abrangentes, dúvidas são frequentes, desde as mais básicas até as mais específicas, analisa Gustavo Galvão, superintendente de Linhas Financeiras da Argo Seguros Brasil, enumerando as principais dúvidas que envolvem esta modalidade: (1) Qual limite da apólice devo contratar? (2) Quem está coberto pelo seguro? (3) Quais são as coberturas básicas e as extensões de cobertura? (4) Quando o segurado deve notificar à seguradora acerca de um evento segurável? (5) Qual tipo de reclamação está coberta pela apólice? (6) Quais são os riscos excluídos da apólice? (7) O que significa cobertura All Risks? (8) como funciona o seguro à base de reclamação? (9) em quais situações o segurado deve informar à seguradora sobre a alteração do risco? e (10) como é feita a análise do risco?

Para Thabata, da Allianz esta modalidade não é tão complexa quanto parece. “Talvez o problema seja a falta de familiaridade do mercado com este produto, pois sua popularidade no Brasil é bem recente. Existem pequenas diferenças de coberturas entre as seguradoras e relevantes diferenças de exclusões. Os corretores e segurados devem ficar bem atentos às exclusões, pois pela relação de coberturas as apólices podem parecer bem semelhantes, no entanto, quando comparadas às exclusões notamos significativas restrições de uma companhia para outra”, salienta.

“Atualmente, o mercado possui várias seguradoras comercializando este produto o que tem



Thabata Najdek, da Allianz Global.

ocasionado uma relevante redução dos prêmios. Para o segurado é um ótimo momento para iniciar a contratação”, complementa.

A advogada elucida que, por se tratar de um seguro coletivo, cobre todos os administradores que hoje atuam na empresa tomadora e suas controladas, tem retroatividade ilimitada bem como os que vierem a ingressar durante a vigência e aqueles que já tiverem ocupado essa função antes do início de vigência da apólice. Tem como primícias o pagamento de perdas sofridas pelo segurado em virtude de seus atos de gestão; condenações transitadas em julgado; trata-se

de um acordo previamente autorizado pela seguradora e em 99% dos casos cobre custos de defesa”. Isso deve ser uma anuência prévia da seguradora para evitar futuros problemas. A cobertura é extensiva a cônjuges, herdeiros, representantes legais e espólio.

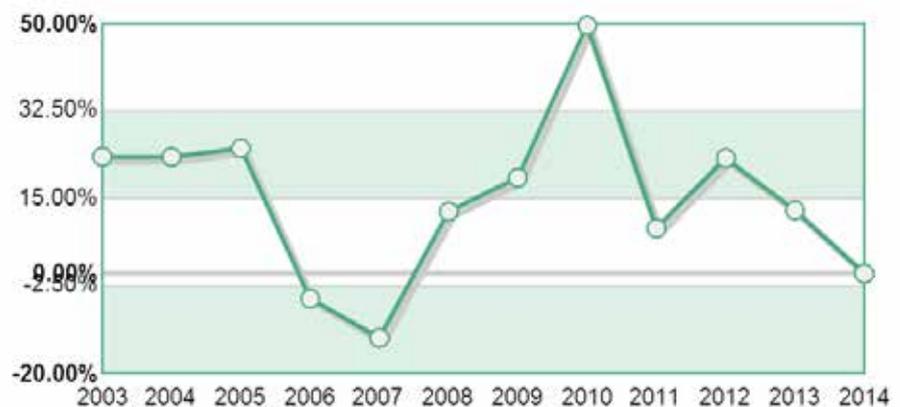
## Sinistralidade

Um assunto normalmente polêmico refere-se ao momento do aviso do sinistro à seguradora. Existem prazos e procedimentos claros, sob pena de perda de direitos. O beneficiário, com o auxílio de seu corretor, deve ficar atento a estes procedimentos.

Alvaro Igrejas, diretor de Riscos Corporativos da Willis Brasil salienta que as coberturas são bastante amplas, mas sempre surgem dúvidas por ocasião dos sinistros, face às divergências ao interpretar os clausulados.

Na visão de Celso Soares Junior, Head of Financial Lines da Zurich Seguros, o mercado de D&O passou por um período de muita competição e queda de taxas. “Com o passar do tempo, as seguradoras foram se especializan-

## Sinistralidade (2003-2013)



\*Dados SUSEP

do em nichos específicos, em razão do aumento da sinistralidade. Temos observado no Brasil inúmeros exemplos de sinistros em que os executivos encontram no seguro um apoio importante quando enfrentando litígios relevantes”, analisa, ressaltando que o produto da Zurich oferece, além das tradicionais coberturas de pagamento de custos de defesa, acordos e indenizações, extensões de cobertura como práticas trabalhistas indevidas, dano moral/material e corporal, penhora online, responsabilidades estatutárias em âmbito trabalhista, previdenciária e tributária etc.

Soares explica que o D&O tem sua abrangência limitada a situações de culpa. Dolo, fraude ou qualquer outra ação intencional que viole leis, regulamentações não possuem cobertura. “O seguro visa a proteção do executivo que, agindo de boa-fé e no interesse da companhia, sofre com alguma situação de responsabilização pessoal. A essência do seguro é cobrir apenas aquelas situações em que o administrador é responsabilizado por estar agindo em nome da companhia. Aqui, por vezes, surgem discussões de cobertura e que são dissipadas quando se entende melhor a natureza do sinistro”.

Atualmente, prossegue Soares, existe uma conscientização maior do que é o seguro e o que cobre. “Vivemos em um ambiente em que a legislação pode, por vezes, estar distante das empresas e de seus administradores. No processo de contratação, o administrador tem que estar ciente da gama de riscos que ele está exposto para entender se o seguro está desenhado conforme as suas necessidades”, argumenta.

Para Maurício Bandeira, gerente de Produtos Financeiros da AON Risk Solutions, as seguradoras que

comercializam o D&O no Brasil contam com expertise local, profissionais experientes e com vivência internacional, além do apoio de suas matrizes, pois a maioria das empresas que oferece o produto no país está ligada a grandes seguradoras multinacionais. “Hoje, as principais preocupações das seguradoras estão relacionadas ao ambiente econômico e às operações deflagradas pelas autoridades locais. As apreensões dos segurados são muito parecidas, pois há um grande temor em casos de insolvência das empresas/desconsideração da personalidade jurídica, imputando responsabilidades estatutárias nos executivos”, ressalta.



Maurício Bandeira, da AON Risk Solutions

“O mercado espera um aumento na demanda pelo seguro, em contrapartida há uma preocupação grande por parte das seguradoras, pois a tendência de aumento na sinistralidade deve continuar, a indenização da apólice começa na contratação do advogado (honorários advocatícios) e segue até a finalização do processo, eventualmente cobrindo também a indenização, onde os prazos legais, e custos de defesa, muitas vezes perduram por anos, mantendo a seguradora e o consultor/corretor no processo de sinistro por longos períodos de tempo”, analisa.

Bandeira assegura a existência de inúmeros benefícios na contratação da apólice correta ao perfil da empresa e à necessidade de seus executivos. “O escopo de cobertura é bem abrangente e a principal exclusão está focada em atos dolosos cometidos pelo segurado. Também amparamos quem já trabalhou na empresa por suas responsabilidades passadas e cobertas pela apólice, os atuais administradores e todos aqueles que passam a integrar os quadros da empresa durante a vigência do seguro; tudo de maneira simples e automática”.

Gustavo Galvão, superintendente de Linhas Financeiras da Argo Seguros Brasil, reforça que para garantir a cobertura dos eventos o cliente deve se atentar às condições e obrigações contratuais do seguro. “Alguns produtos no mercado impõem obrigações difíceis de serem cumpridas e muitas vezes o seu não cumprimento pode levar a recusas de pagamento de indenizações por parte de algumas seguradoras. Dentre os diferenciais do produto D&O Argo está a flexibilização das obrigações contratuais do segurado. Isso torna a administração do contrato do seguro muito mais simples, reduzindo por exemplo o risco de indenizações recusadas por conta de usuais falhas em notificar o sinistro à seguradora”.

O seguro D&O da Argo é um produto All Risks à base de reclamações com notificação, informa Galvão. “O objeto do seguro é o pagamento de indenização securitária por ‘perdas’, tais como custos de defesa, acordos e indenizações, devidas a terceiros por diretores, conselheiros, empregados e representantes legais de empresas, em decorrência de uma ‘reclamação’, seja na esfera administrativa, judicial, criminal ou arbitral”.

# Entre depois de bater.

PRIMA



HDI Bate-pronto. O centro de atendimento que libera em minutos o conserto do veículo. Com a HDI, o segurado economiza até tempo.

**HDI**  
Seguros

É de bate-pronto.

Consulte seu corretor.

[www.hdi.com.br](http://www.hdi.com.br)

Processo Sisepe-1541-1/0119772/04-41. O programa SISEPE, patrimônio público, não é uma atividade comercial e não gera lucro. O programa SISEPE é de natureza pública e não é uma atividade comercial e não gera lucro.

## Questionário polêmico

Ao contratar este tipo de apólice, as seguradoras costumam exigir o preenchimento de um questionário, o qual serve de base para a decisão da contratada de aceitar ou não a cobertura para o risco proposto. Aspecto bem discutido nesta modalidade é que as questões devem ser as mais precisas possíveis, a fim de coletar o máximo de informações e evitar, no futuro, dúvidas de que tal ou tal informação não foi repassada à seguradora.

Na maioria dos contratos, as seguradoras estipulam que o segurado perde o direito a qualquer indenização decorrente e tem sua apólice cancelada sem devolução do prêmio, quando, entre outros tópicos, o sinistro decorrer de dolo do segurado, má-fé, fraude e simulação.



Por outro lado, o segurado deve estar ciente das suas obrigações contratuais. Por exemplo, os artigos 765 e 766 do Código Civil (leia quadro acima) estabelecem a obrigação do princípio da boa fé contratual e o risco de perda de direito que o segurado está sujeito caso omita circunstâncias ou faça declarações inexatas. “Cumpridas as obrigações contratuais, dificilmente o segurado terá pro-

blemas com a cobertura do seguro”, argumenta Gustavo Galvão, da Argo Brasil.

Art. 765. O segurado e o segurador são obrigados a guardar na conclusão e na execução do contrato, a mais estrita boa-fé e veracidade, tanto a respeito do objeto como das circunstâncias e declarações a ele concernentes.

Art. 766. Se o segurado, por si ou por seu representante, fizer declarações inexatas ou omitir circunstâncias que possam influir na aceitação da proposta ou na taxa do prêmio, perderá o direito à garantia, além de ficar obrigado ao prêmio vencido.

Os questionários utilizados no Brasil, inicialmente, foram traduções de longos formulários utilizados nos Estados Unidos elaborados para empresas mais complexas (com exposição em bolsa de valores americana). Celso Soares Junior, da Zurich Seguros acredita que com o passar do tempo surgiram versões mais simplificadas, visando atender às empresas de complexidades distintas. “Hoje, é possível encontrar questionários com poucas perguntas, adaptado às situações de risco da empresa”, comenta.

Quem concorda com Soares é Alvaro Igrejas, da Willis Brasil: “hoje os questionários estão mais simples e objetivos, em relação a 10 anos atrás”, compara. Porém, Thabata Najdek, da Allianz Global recomenda às empresas especial atenção ao informar todas as subsidiárias as quais pretende estender a cobertura do D&O, bem como ao responder as perguntas sobre reclamações. “Nestas duas últimas perguntas, é fundamental

que o responsável pelo preenchimento verifique com todas as áreas da empresa se houve qualquer reclamação contra os gestores bem como se ocorreu qualquer fato que possa gerar uma reclamação contra um administrador”, aconselha.

Maurício Bandeira, da AON frisa que os principais corretores especializados no produto, utilizam questionários próprios validados junto às seguradoras, solicitando informações essenciais à subscrição do risco e também sobre possíveis expectativas de sinistros e à experiência passada da empresa/executivos. “Com esses cuidados é possível garantir aos executivos que a apólice será efetivamente abrangente e responderá em caso de necessidade”.

A principal polêmica para o advogado Antonio Penteado Mendonça, da Penteado Mendonça e Char, é que o pagamento da indenização ‘volta e meia’ é negado com a alegação de que foram constatadas irregularidades no momento da contratação. “É um seguro técnico, portanto é um seguro que precisa ser entendido por todos, o que nem sempre acontece. Cada seguradora tem liberdade para desenhar suas apólices e elas nem sempre têm como origem um questionário inteligente”, opina.

Mendonça, membro da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), reconhece que a demanda por esse tipo de seguro é crescente, mas que não haverá uma explosão pois: “ainda gera muitas controvérsias. O mais importante é que as seguradoras que operam o produto e o mercado se entendam. Algumas invariavelmente duvidam do questionário, mas só depois que acontece o sinistro. O toma-

# Agora o mercado segurador conta com uma **Certificação Profissional própria.**



A CNseg, atenta às melhores práticas internacionais, acaba de lançar seu programa de certificação profissional. A CPC avaliará as competências específicas de quem atua ou pretende atuar em seguros, previdência complementar aberta, saúde suplementar e capitalização.

**Participe!** A sua adesão e a de sua empresa são fundamentais para um setor cada vez mais sólido.



Certificação Profissional



**CNseg**

Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização

Inscrições de 17/08 a 18/09

Exame | 21 de outubro de 2015

O Exame será realizado pela Escola Nacional de Seguros

[www.cnseg.org.br](http://www.cnseg.org.br)

dor do seguro pode ter dificuldade para entender as perguntas e nem sempre consulta todas as áreas envolvidas para respondê-las”.

Para o acadêmico, a questão não é ‘simplificar’, e sim tornar essa modalidade de seguros mais ‘clara’. “Precisa haver melhores definições para cada tipo de risco coberto. O ideal é que a Superintendência de Seguros Privados (Susep) não se intrometa. Quanto à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) – autarquia responsável pelo Mercado de Capitais Brasileiro – cabe a ela verificar se as empresas de capital aberto têm este seguro para seus administradores”, lança.

Na opinião de Alvaro Igrejas, da Willis, o segurado poderia ter um clausulado mais simples, a exemplo das apólices contratadas no exterior. “A Susep deveria ser mais flexível na aceitação dos clausulados”, ressalta. “Este seguro está em nova fase, porque está sendo bastante demandado. Com certeza, agora está sendo visto como um importante seguro a ser contratado pelas empresas e não como um ‘capricho’ de alguns executivos.

Algumas seguradoras têm reformulado seus produtos a fim de facilitar a leitura e compreensão de corretores e segurados, reconhece Thabata. “Para auxiliar o entendimento do que é o D&O e como utilizá-lo é necessário a contínua divulgação por meio das seguradoras e eventos para debater o assunto. A Susep é o órgão fiscalizador e não havendo a incidência de abusos, entendo que é melhor para os segurados a livre concorrência com diversificadas ofertas de coberturas e condições”, analisa.

Recentemente, prossegue a advogada, as investigações sobre a suposta prática de corrupção pe-

los administradores têm sido vastamente noticiada na mídia. “Mas há muitas reclamações de mercado de capitais, tributárias, ambientais, consumeristas e trabalhistas. O que muitos desconhecem é o relevante número de ações por homicídio culposo contra administradores decorrente de morte em acidente de trabalho”.



Alvaro Igrejas, da Willis Brasil

### Forte demanda

É fato que os seguros de linhas financeiras seguem uma trajetória de sucesso no Brasil. O D&O surgiu no Brasil em 1998, a fim de proteger empresas que começavam a acessar o mercado de valores mobiliários americanos através de emissões de ADR’s (American Depositary Receipts) e também pelo processo de privatização de grandes companhias ocorrido na época.

O mercado evoluiu e já se mostra capaz de prover aos seus clientes boas soluções para os diversos riscos que os empresários e executivos brasileiros se deparam nos dias de hoje; assim avalia Gustavo Galrão, da Argo Seguros. “A contínua e crescente preocupação dos executivos e empresários em ge-

renciar os riscos inerentes às suas atividades tem contribuído muito para o crescimento do mercado, que abre portas a novas ideias e formas das seguradoras atenderem às demandas dos clientes. Nós, da Argo, enxergamos esta oportunidade e investimos ‘pesado’ em tecnologia e conhecimento”, afirma.

Um bom exemplo disso – prossegue Galrão – é o Protector, ferramenta online utilizada pelos corretores para tornar o processo de contratação do seguro muito mais rápido e eficiente do que o modelo tradicional. “No campo do conhecimento, a experiência dos nossos subscritores e atuários contribui para criação de produtos e soluções diferenciadas, oferecidos de forma consciente e sustentável, fortalecendo assim a confiança de corretores e clientes em nosso trabalho”.

Para Alvaro Igrejas, o mercado estava muito *soft*, por conta da forte concorrência. “O número de apólices tem aumentado, mas com os descontos nos prêmios, o ano de 2014 apresentou uma receita de prêmios inferior, em relação a 2013: 1,29%. Em 2014, foram emitidas 3.300 apólices de D&O com um volume de prêmios da ordem de R\$ 228 milhões”.

Em sua opinião, o nº de apólices e o volume de prêmios devem aumentar: “com a forte demanda atual, a tendência é o aumento de preço do seguro de D&O para determinadas atividades e ainda com restrições de cobertura”, prevê Alvaro. “Hoje, se discute a pertinência de se pagar os advogados de defesa dos executivos envolvidos em corrupção, porque quando eles optam pela delação premiada, estão assumindo o dolo e, com isto, perdem o direito ao seguro e ainda

# CORRETOR, FIQUE BEM NA FOTO. GANHE PRÊMIOS NUM CLIQUE!



Campanha Vida

**#SELFIE** dos **CAMPEÕES**



Vendeu. Clicou. Ganhou!

Agora o Seguro Vida da Yasuda Marítima vale pontos que podem ser trocados por prêmios incríveis!

E você ainda ganha mais pontos se tirar uma selfie! Cadastre-se.

Confira os detalhes e o catálogo de prêmios em

[www.selfiedoscampeoes.com.br](http://www.selfiedoscampeoes.com.br)

Período da Campanha:

1º de julho à 31 de dezembro de 2015

Digitalize este código  
e baixe o APP  
**Selfie dos Campeões**





Gustavo Galvão, da Argo Seguros Brasil

são obrigados a devolver os valores já recebidos até aquele momento, referente às custas de honorários”, complementa.

Maurício Bandeira, da AON salienta que desde o início de sua comercialização no Brasil, a conscientização das empresas e dos executivos vem aumentando, “as crises costumam alavancar as vendas, como aconteceu em 2008/2009, com maior preocupação por parte dos executivos”. Em sua opinião, essa característica do produto, não é afetada mesmo em condições econômicas adversas (anticíclico), pois oferece uma base sólida de prêmio recorrente às seguradoras, bem como a proteção aos administradores em tempos de incerteza.

O executivo explica que diversas empresas acostumadas a um ambiente sem muita regulação se transformavam em empresas de capital aberto com novos sócios (acionistas) e um regulador preocupado Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em proteger esses acionistas e zelar pela boa governança corporativa do mercado.

É fato que a modalidade ganhou força e evidência ao grande público após a crise cambial internacional de 2008, desastre

financeiro que abalou o mundo. “O seguro mostrou que indenizações milionárias existem e que a responsabilidade dos administradores perante terceiros, pode se tornar um evento catastrófico com consequências financeiras impensáveis até então”, salienta Bandeira.

Nota-se um aumento substancial na contratação do seguro já no ano de 2010, com executivos preocupados e cientes da nova realidade corporativa – onde o tão desejado cargo de CFO, CEO etc...–, trazia também uma responsabilidade elevada perante a própria empresa, acionistas, órgãos reguladores, clientes, fornecedores e outros terceiros cientes de seu direito e dispostos a solicitar uma indenização no caso de um evento danoso causado pela empresa/administradores.

O seguro vem mantendo um crescimento médio de 15% desde então, prossegue Bandeira –, a penetração em alguns mercados ultrapassa os 80%, e também se expandiu para outros tipos de estruturação societária: empresas de capital fechado, fundações, entidades sem fins lucrativos, empresas de economia mista, empresas da esfera governamental etc... “A modernização da economia brasileira, pequenas e médias empresas profissionalizando sua gestão, fundos de *private equity* adquirindo empresas locais e trazendo novas práticas de gerenciamento e novos gestores, são fatores que também colaboraram com o crescimento do mercado”, afirma.

Em 2015, os números divulgados pela Susep para os dois primeiros meses do ano demonstram que a tendência de alta contínua e que para algumas seguradoras essa

carteira já se mostra deficitária com necessidade de ajustes. Como exemplo temos um dos principais *players* do mercado com alta superior a 500% nesse período.

Thabata, da Allianz Global, argumenta que muitos têm a equivocada percepção que o D&O é uma proteção exclusiva para empresas de capital aberto ou grandes companhias e esclarece que os gestores de todas as empresas estão vulneráveis a ação de responsabilização por seus atos. “Além dos frequentes casos de investigação por corrupção, os administradores estão sujeitos à severa legislação consumerista e ambiental, as quais admitem a possibilidade de responsabilização objetiva, ou seja, que independe da comprovação de culpa”, ressalta.

A tendência é de contínuo aumento da contratação para os próximos anos. “Isto porque muitas empresas ainda não possuem esta proteção para seus executivos e diante da repercussão da possível responsabilização de administradores, elas têm notado a importância de ter um D&O. Muitos gestores têm exigido a contratação da apólice antes de tomar posse de seus cargos”, comenta.

## Riscos x Regras

Por se tratar de um seguro complexo, muitas vezes algumas regras contratuais podem passar despercebidas pelos executivos, gerando situações indesejáveis no momento da regulação do sinistro. “Por isso é fundamental que ao contratar o seguro D&O o executivo conte com o suporte e assessoria de corretores e seguradoras especializadas”, recomenda Gustavo Galvão, da Argo, ressaltando que um dos conceitos fundamentais



Celso Soares Junior, da Zurich Seguros

desta modalidade é a cobertura All Risks.

Por esse conceito, continua o executivo, entende-se que a cobertura seja bastante abrangente e complexa, dado os diversos riscos inerentes à atividade que os conselheiros, diretores e executivos estão expostos. “Riscos conjunturais macroeconômicos, microeconômicos e legais, todos eles afetam o risco coberto pelo seguro D&O. Visto desta maneira, todas as mudanças econômicas e legais impactam direta ou indiretamente este mercado”, acentua.

Celso Soares, da Zurich, analisa que hoje se vive em um ambiente em que a legislação, por vezes, pode estar distante das empresas e de seus administradores. “No processo de contratação, o administrador tem que estar ciente da gama de riscos que ele está exposto para entender se o seguro está desenhado conforme as suas necessidades”, acentua.

Já na visão de Bandeira, da AON, alguns executivos conhecem a fundo o funcionamento da apólice, outros conhecem a essência do produto, mas demandam algum tipo de assessoria por parte do corretor na primeira contratação. “Infelizmente, ainda há uma

boa parcela de profissionais que desconhece o seguro ou, apesar de contar com a proteção da apólice, não estão cientes de como utilizá-la”, reconhece.

Cabe ao corretor de seguros assessorar a empresa na contratação, oferecendo palestras e workshops sobre o funcionamento da apólice e como utilizá-la em caso de necessidade. “O D&O também demanda um acompanhamento contínuo por parte do corretor, analisando o mercado/indústria de cada segurado e eventuais alterações no risco, tais como operações de fusão/aquisição, oferta de valores mobiliários por parte da empresa, alterações do mercado de seguros etc...”, complementa o executivo.

### Dinâmica que muda

A modalidade técnica do produto – Base de Reclamação com Notificação, amplia o conceito de temporalidade da apólice, oferecendo até mesmo um prazo adicional para notificações de eventos passados caso o seguro não seja renovado. Maurício Bandeira, gerente de Produtos Financeiros da AON, analisa que essa sofisticação

do produto também demandou o investimento por parte dos consultores locais em mais treinamentos e conhecimentos que vão além do mercado de seguros, passando pela especialização, indústria e/ou produtos, conhecimento de finanças, governança corporativa e contatos com o mercado internacional. “O acompanhamento contínuo da apólice/mercado também demanda um novo tipo de profissional de seguros, focado em relacionamentos de longo prazo e disposto a prestar serviços que vão além da vigência do seguro”, acentua.

Marcus Smithson, da Generali compartilha da opinião de Bandeira: as grandes seguradoras querem se manter no negócio, esteja o mercado em um momento *soft* ou *hard*. “No Brasil, os preços de D&O vinham caindo todo ano. E agora a dinâmica mudou. Mas mesmo essa mudança não dura para sempre”, disse durante o III Encontro Internacional de Linhas Financeiras, promovido em junho pela Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg).

Para o subscritor Kevin La-



Da esquerda para a direita: Marcus Smithson, Celso Soares e Kevin LaCroix

Croix, vice-presidente na RT Pro-Exe, empresa do setor de Seguros com sede no EUA, é apenas uma mudança na dinâmica de oferta, e os resseguradores e seguradoras analisam onde podem ter sinistros. “O Brasil não é o único nesta situação. Em nível global, no segmento de Linhas Financeiras, as condições de negociação do seguro seguem a situação da economia. Não vou tentar prever o futuro, mas há um potencial de que em médio prazo tudo se acomoda”, afirmou, na ocasião.

Outro evento recente que abordou o assunto foi o 4º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, promovido pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg). Especialistas que apresentaram o painel “D&O Desenvolvimento do Mercado”, argumentaram que o setor precisa refletir estratégias nesta modalidade para driblar o avanço da sinistralidade. A polêmica sobre negativa de cobertura do D&O, a política de subscrição de risco frouxa e a tarifação inadequada foram os principais temas discutidos pelos profissionais convidados. O evento deixou claro que se trata de um produto de um histórico de baixa sinistralidade até recentemente: o D&O alcançou uma taxa equivalente a 53% em 2014, record em sua história no país, e corre o risco de avançar ainda mais nos próximos anos.

Para os especialistas reunidos no RJ, o desempenho do D&O tem apresentado um comportamento desigual entre seguradoras e resseguradoras. Chegou a 99% a cessão de resseguro em 2009 e caiu para 1% no ano passado, com a média

recuando de 64% para 47% no período, em virtude dos dois extremos. Já o prêmio médio avançou 30%, mas apresentou desaceleração para um dígito em 2014.

A Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP) também abordou o tema “Reflexões sobre o seguro de D&O” e lotou o auditório do Sindicato das Empresas de Seguros, Resseguros e Capitalização (Sindseg), em São Paulo, em um de seus tradicionais encontros mensais. O objetivo foi discutir o momento atual do Seguro D&O, considerando o crescimento da carteira, o aumento da sinistralidade e as transformações que o produto deve sofrer diante do atual contexto do mercado brasileiro.

Na ocasião, o presidente da entidade Mauro César Batista ressaltou que: “a essência do seguro é a relação de boa-fé entre as partes e não podem haver dúvidas sobre essa relação. Por outro lado, o aperfeiçoamento institucional que a academia busca vai ser atingido com estudos, pesquisas e debates, como é este Café com Seguro que a ANSP realiza hoje”,

afirmou Mauro Batista.

“As regras de compliance são importantes no momento de verificação dos atos de gestão das pessoas seguradas e isso deve se fortalecer, principalmente depois da operação Lava-jato e das discussões de corrupção em todo o país. Assim, o respeito às regras de governança e informações claras no questionário de subscrição são pontos muito positivos para o seguro”, disse Marcia Cicarelli Barbosa de Oliveira, acadêmica e diretora de Cátedras.

O D&O já pode ser considerado como um produto ‘antigo’; foi criado nos de 1930 pelo Lloyd’s of London. Surgiu como proteção aos gestores de empresas de capital aberto (Public Companies), pois novas leis aumentavam a responsabilidade fiduciária desses executivos e indenizações aos “D&Os” por parte das empresas não eram permitidas no mercado. Com o passar dos anos, o produto mostrou seu valor e cresceu exponencialmente no mercado americano chegando a um percentual de penetração de 95% entre as 500 maiores empresas, segundo ranking da revista Fortune.



Da esquerda para a direita: Mauro Batista, Antonio Penteadó e Marcia Cicarelli

# MBA

O conhecimento não tem limites

Faça seu MBA com a melhor Escola de Negócios do mercado de seguros:

- atuante no setor há mais de 40 anos;
- com profundo conhecimento do mercado e de suas particularidades;
- com corpo docente formado por executivos do segmento.

CONFIRA OS CURSOS COM INSCRIÇÕES ABERTAS:

- **MBA GESTÃO DE SEGUROS E RESSEGURO**  
Curitiba - *início:* 18/9/2015  
São Paulo - *início:* 19/9/2015  
Rio de Janeiro - *início:* 2/10/2015
- **MBA GESTÃO JURÍDICA DO SEGURO E RESSEGURO**  
Curitiba - *início:* 11/9/2015  
São Paulo - *início:* a definir
- **MBA DIREITO SECURITÁRIO**  
Recife - *início:* 23/10/2015  
Rio de Janeiro - *início:* a definir

Mais informações:

São Paulo: (11) 3062-2025 | [mbsp@esns.org.br](mailto:mbsp@esns.org.br)  
Rio de Janeiro: (21) 3380-1091 | [mbarj@esns.org.br](mailto:mbarj@esns.org.br)  
Curitiba: (41) 3264-9614 | [mbarj@esns.org.br](mailto:mbarj@esns.org.br)  
Recife: (81) 3423-1134 | [mbarj@esns.org.br](mailto:mbarj@esns.org.br)  
[www.funenseg.org.br/mbas](http://www.funenseg.org.br/mbas)

[twitter.com/escoladeseguros](https://twitter.com/escoladeseguros)



[www.facebook.com/EscolaNacionaldeSeguros](https://www.facebook.com/EscolaNacionaldeSeguros)



**ESCOLA NACIONAL de SEGUROS**

[www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br) | 0800 025 3322

# LONGE DAS PRATELEIRAS

A importância do Seguro Recall de Alimentos. Erros no processo de fabricação de produtos pode colocar em riscos a saúde do consumidor

Quando se fala em recall, o que se vem à mente? Carros, peças automotivas, problemas relacionados à segurança de um veículo. Porém, há recall para diversas outras indústrias, como a de alimentos e de bebidas, que trata da retirada da linha de produtos quando há erros durante o processo de fabricação, o que pode resultar em riscos à saúde do consumidor.

Duas ocorrências chamaram a atenção da população nos últimos anos. Em 2013, a Unilever, uma das maiores multinacionais do Brasil, perdeu entre R\$192 milhões e R\$ 224 milhões, por conta do suco à base de soja da marca Ades. Tudo começou quando a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) descobriu que havia resíduos de soda cáustica em um lote do suco. Houve o recall e a proibição da venda, mas mesmo depois da liberação para comercializar novamente o produto o fato é que, na época, o consumo do suco despencou.

Outra ocorrência foi no ano passado. O achocolatado Toddynho, da Pepsico – destinado principalmente às crianças – também teve um lote retirado das prateleiras de todos os mercados do país, pois os consumidores da região Sul relataram mudança no sabor e um odor diferente do normal.

A Anvisa compara dados de vigilância sanitária do Brasil e dos Estados Unidos. No Brasil, dados do Boletim Saúde e Segurança do Consumidor 2015, do Ministério da Saúde, indicam que, em 2014, ocorreram 120 campanhas de recall no Brasil, sendo 15 relativas a produtos sujeitos à vigilância sanitária. Desses, seis foram referentes a alimentos.

## Liberty Seguros investe em recall de alimentos

Por essas e outras, as seguradoras brasileiras vêm incluindo o seguro recall de alimentos cada vez mais em

sua cartela, tipo de seguro já adotado em outros países há tempos. Caso da Liberty Seguros, empresa que começou a atuar nessa área em 2014, com o produto Recall e Contaminação de Produtos, logo após a aprovação da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

O seguro oferecido pela LIU (Divisão de Riscos Especiais da Liberty Seguros) auxilia as empresas na prevenção de prejuízos decorrentes do recall de produtos, contaminação acidental ou intencional maliciosa de produtos. Cobre toda a etapa da cadeia produtiva, seja de um produtor rural, de empresas da indústria de manufatura e de processamento, além de distribuidores e varejistas. Esse tipo de seguro cobre custos associados a todas as fases do processo de produção, incluindo transporte, estocagem, reparação e reposição dos alimentos contaminados, além de despesas com eventuais indenizações a consumidores afetados pelos produtos a serem recolhidos.

“Quando desenvolvemos esse seguro no Brasil, adotamos o modelo de negócios praticados em mercados maduros como os EUA, onde as empresas já possuem planos de execução de recall consolidados. Trouxemos essa expertise do exterior e hoje possuímos um corpo técnico também com experiência local. Oferecemos para os nossos segurados uma consultoria de engenheiros com formação na indústria de alimentos e especialização internacional em certificação de qualidade”, explica Klaus Barretta, superintendente de Seguros de Crisis Management da LIU.

As mudanças aplicadas pela Anvisa, que passará também a exigir um plano formal para retirada de produtos na indústria alimentícia, estão em linha com o praticado internacionalmente. “Cada vez mais, a indústria alimentícia brasileira amplia sua participação no abastecimento mundial de alimentos e é natural adotarmos medidas rigorosas de controles em níveis de excelência internacionais. A existência de um seguro não apenas garante a solidez financeira do segurado em um evento de crise

# A Sistemas Seguros traz uma novidade exclusiva no mercado: **COL MOBILE.**

Gerencie e consulte os dados dos seus clientes a qualquer hora, em qualquer lugar, através do seu smartphone ou tablet.



O Col Mobile é a nova solução da Sistemas Seguros que vai trazer mais praticidade para o dia-a-dia da sua corretora.

-  Interface prática para consultar os dados dos clientes direto do smartphone ou tablet.
-  Acesso a dados cadastrais de clientes: telefones, endereços, e-mails, etc.
-  Visualização de endereço no mapa.
-  Efetua ligações para o cliente com um clique.
-  Consulta dados de apólices e sinistros.



Não é necessário adquirir. Se você já é usuário do COL WEB, basta acessar o site [www.corretor-online.com.br](http://www.corretor-online.com.br) via seu smartphone ou tablet, clicar no ícone do COL MOBILE e o acesso é liberado.



**SISTEMAS  
SEGUROS**

Av. Angélica, 927 • 4º, 5º e 6º andar  
Santa Cecília • São Paulo  
Tel: 11 3664.2040

como também atuaremos em conjunto na gestão do risco, certificando a qualidade da operação através da apólice”, analisa.

Klaus esclarece como ocorre todo o processo quando o seguro é acionado: “na ocorrência de um evento que abrirá um processo de sinistro, o segurado terá em mãos um número de telefone para contato, disponível 24 horas por dia, com o nosso parceiro de gerenciamento de crises. O parceiro iniciará, passo a passo, com o segurado o Plano de Contingência”, explica.

A primeira etapa do plano de Recall – prossegue o executivo – começa com o contato e o custeio de mídia, notificando os consumidores sobre o defeito no produto e posteriormente na coordenação e logística da retirada desses produtos do mercado. Contratada a cobertura adicional para reposição dos produtos contaminados, após a retirada, ocorre a apuração e o reembolso das perdas financeiras do segurado para a substituição desses produtos do mercado. “O objetivo principal desse seguro é trabalhar rapidamente evitando não apenas perdas financeiras e danos aos consumidores, mas também na proteção do ativo mais importante do segurado que é a sua reputação”, comenta Klaus.

Como toda nova modalidade de seguros, os primeiros anos são dedicados a difundir a cultura desse novo produto no mercado. “Surpreendentemente já começamos a colher alguns resultados bastante satisfatórios ainda na fase de investimentos. A quantidade de consultas tem crescido exponencialmente mês a mês. Acreditamos que o Brasil será um dos grandes mercados para esse seguro em curto espaço de tempo, a receptividade dos corretores de seguros e segurados tem sido muito grande”, acentua.

Em sua visão, uma característica do mercado brasileiro é a de ter uma grande quantidade de médias indústrias com marcas e atuação regionalizadas. “Acreditamos que nesse seg-



Klaus Barretta: “o Brasil será um dos grandes mercados para esse seguro em curto espaço de tempo”

mento de PMEs esteja o nosso grande potencial, onde poderemos por meio da nossa expertise global agregar muito valor na prestação de serviços”.

## Leia na íntegra nota da Anvisa sobre mudanças nas regras de Recall de Alimentos:

9 de junho de 2015

*Está publicada na edição de hoje do Diário Oficial da União a resolução RDC 24/2015 que trata do recolhimento de alimentos e a sua comunicação à Anvisa. Em 39 artigos, a norma detalha como as empresas produtoras de alimentos devem proceder em caso de identificação de risco e necessidade de realizar o recolhimento de produtos no mercado, também conhecido como recall. A medida foi aprovada no último dia 2 de junho em reunião pública da Diretoria Colegiada da Anvisa.*

*Uma das inovações da norma é que todas as empresas deverão ter um Plano de Recolhimento de produtos disponível aos seus funcionários e à autoridade sanitária. A resolução também determina que as empresas tenham a rastreabilidade dos seus produtos de forma a garantir o recolhimento de um alimento quando necessário.*

*Para isso, as empresas da cadeia produtiva de alimentos deverão manter registros que identifiquem as origens dos produtos recebidos e o destino dos produtos distribuídos. Uma distribuidora de alimentos, por exemplo, terá que manter registros das empresas fornecedoras e também das empresas para as quais vendeu.*

*Está previsto ainda que a empresa comunique imediatamente à Anvisa e aos consumidores a identificação de qualquer problema que represente risco ou agravo à saúde do consumidor e a necessidade de realização de recall. A Agência também poderá determinar o recolhimento caso não seja realizado voluntariamente pela empresa interessada.*

*De acordo com dados do Boletim Saúde e Segurança do Consumidor 2015, do Ministério da Saúde, no último ano houve 120 campanhas de recolhimento de produtos no Brasil, sendo seis referentes a alimentos. No mesmo período, os EUA registraram 396 processos de recolhimento, sendo 278 somente de alimentos.*

*A norma entrará em vigor em 180 dias. O descumprimento das novas regras caracterizará infração à legislação sanitária que pode ser punida com interdição, cancelamento de autorização, multa de R\$ 2 mil a R\$ 1,5 milhão, além do próprio recolhimento obrigatório.*

# 2000

Corretores de Seguros em todo o Brasil já estão conquistando mais resultados com o iSeg.

O aplicativo GRATUITO que ajuda o Corretor de Seguros a Vender Mais.

O iSeg reúne, em um só lugar, apresentações estruturadas e sempre atualizadas, dos principais produtos e serviços disponíveis no mercado segurador e que podem ser utilizadas pelo Corretor de Seguros no momento da venda aos seus clientes. E tem mais: as apresentações são personalizadas com o logotipo da sua Corretora!

**Aumente suas oportunidades de maneira inteligente: saiba mais acessando [iconeseg.com.br](http://iconeseg.com.br) e baixe o iSeg nos computadores e tablets da sua Corretora.**



iSeg : A Maneira Inteligente de Vender Mais!



# Otimistas e pouco preparados



Brasileiros se mantêm atrás somente dos indianos na preparação para aposentadoria em nova edição da pesquisa global realizada pela seguradora Aegon, acham que a economia vai melhorar, mas ainda não agem para garantir uma aposentadoria mais confortável financeiramente.

A 4ª edição da pesquisa anual de Preparo para a Aposentadoria (The Aegon Retirement Readiness Survey: Inspiring a world of habitual savers) realizada pela seguradora Aegon, parceira global da Mongeral Aegon no Brasil, realizada em 15 países em janeiro e fevereiro deste ano, revela que o otimismo da população brasileira quanto à aposentadoria ainda não resulta em ações eficazes para garantir o futuro financeiro, e mostra as lacunas que precisam ser preenchidas para se evoluir na discussão do tema.

Questionadas sobre o atual cenário econômico do Brasil, a maior parte da população está otimista, com 52% acreditando em mudanças positivas na economia nos próximos 12 meses, contra 35% que esperam alguma piora. 68% esperam melhorar em suas finanças pessoais. Porém, esse clima positivo não se reflete em como os brasileiros veem as futuras gerações de aposentados as perspectivas. Nos próximos anos, a maioria (41%) acredita que a situação

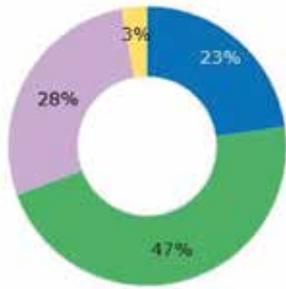
vai piorar para as futuras gerações. Já 32% acreditam em um cenário igual ao atual, enquanto a minoria (23%) acha que vai melhorar.

O Brasil ficou em segundo lugar entre os 15 países pesquisados no Índice Aegon de Preparo para a Aposentadoria (ARRI), criado pela seguradora para avaliar os hábitos de poupança e planejamento para esta fase da vida. Com nota 6,7, considerada mediana, os brasileiros estão atrás somente dos indianos (7,0) no ranking. A média global foi de 5,9, considerada uma nota baixa pelo critério de avaliação. No entanto, mesmo com esta classificação de destaque no ranking e uma postura otimista, o estudo revela que o brasileiro tem desafios pela frente: 37% não acreditam na sua própria capacidade de manter seu estilo de vida e viver de forma confortável na aposentadoria, contra 28% que estão muito confiantes. Deste total, as mulheres estão mais otimistas do que os homens, 41% contra 34%, respectivamente.

## Desafios

O estudo mostra que ainda existe uma grande lacuna entre o nível de conscientização e os verdadeiros hábitos de poupar. Do total de trabalhadores entrevistados, apenas 23% possuem planos formais, ou seja, algum planejamento concreto. Há ainda 28% que não participam de nenhum sistema para aposentadoria e 47% que possuem planos, mas não “por escrito”.

Andrea Levy, estudioso dos impactos da longevidade na previdência, acredita que para esse quadro evoluir é essencial o envolvimento de todos: a população, adotando hábitos constantes de poupança; as empresas, que devem contribuir oferecendo planos corporativos; e o governo, adaptando as regras à atual realidade da população, elevando a idade de aposentadoria para estimular as pessoas a trabalharem por mais tempo e estimulando reformas que incentivem uma aposentadoria gradual, desejo identificado na pesquisa. Entre os entrevistados, 29% pretendem parar de trabalhar gradualmen-



- Eu tenho um plano por escrito
- Eu tenho um plano mas não está por escrito
- Eu não tenho um plano
- Não sei

te antes de se aposentar totalmente, adotando horários flexíveis ou contratos temporários, contra 24% que farão a transição para aposentadoria de forma imediata.

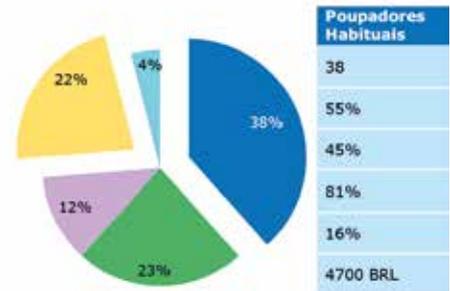
A adoção de um planejamento financeiro que considere imprevistos na capacidade de gerar renda durante a vida profissional ainda é um desafio. A maior parte da população continua contando apenas com a poupança individual para essas situações inesperadas: 57% afirmam que, se for necessário interromper o trabalho por longo período ou não conseguirem mais gerar renda até a idade da aposentadoria, vão contar com essas economias. Do total, 24% esperam contar com a renda do cônjuge, 19% com o seguro por invalidez, 18% com a venda de um bem, como um imóvel, e 18% possuem algum tipo de seguro como plano B.

### Quem poupa: o perfil dos poupadores no Brasil

Uma análise do perfil dos poupadores brasileiros ativos no merca-

do de trabalho foi feita com base na classificação por grupos: poupadores aspirantes, poupadores habituais, poupadores ocasionais, poupadores passados e não poupadores. O objetivo foi entender as contri-

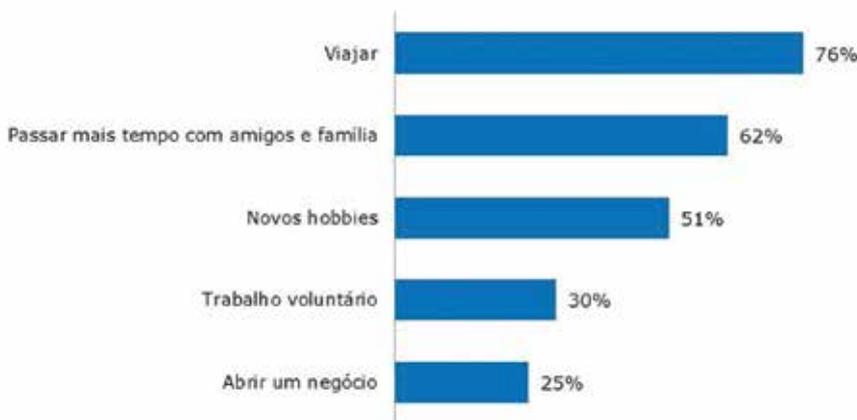
| Poupadores Aspirantes    |          |
|--------------------------|----------|
| Idade média              | 36       |
| % Homens                 | 39%      |
| % Mulheres               | 61%      |
| % trabalho integral      | 82%      |
| % trabalho tempo parcial | 15%      |
| Renda pessoal (mediano)  | 2200 BRL |



- POUPADORES HABITUAIS - Sempre me certifico que estou poupando para a aposentadoria
- POUPADORES OCASIONAIS - Eu somente poupo para a aposentadoria ocasionalmente de tempo em tempo
- POUPADORES PASSADOS - Eu não estou poupando para a aposentadoria agora, mas já poupei no passado
- POUPADORES ASPIRANTES - Eu não estou poupando para a aposentadoria mas pretendo poupar
- NÃO-POUPADORES - Eu nunca poupei para a aposentadoria e não tenho planos de poupar

buições necessárias, tanto do governo como das empresas, para a melhoria na perspectiva da aposentadoria das pessoas. Aqueles com hábitos constantes de poupar para o futuro representam 38%; os oca-

encontrando obstáculos para iniciar um planejamento, é um plano integrado entre empregadores e governo, o que poderia deslocar este grupo e o dos poupadores ocasionais para a parcela daqueles que possuem um hábito constante de poupança para aposentadoria. “Uma aposentadoria confortável não depende unicamente de altos salários, mas do costume de poupar”, explica Leandro Palmeira, superintendente de projetos estratégicos da Mongeral Aegon e representantes do Brasil no grupo de pesquisa da Aegon. A pesquisa apoia esta afirmação: cerca de 26% de pessoas com salário até R\$ 1.499 tem o hábito de poupar, contra 37% dos entrevistados com renda mensal entre R\$1.500 e R\$ 10.899.





### QBE Brasil

Ariel Yanitchkis Couto é o novo diretor de Commercial Lines da QBE Brasil. O executivo chega para reforçar a linha de P&C da companhia. Formado em ADM, com MBA Executivo pelo COPPEAD/ UFRJ, o profissional tem 20 anos no mercado de seguros. Ao longo de sua carreira, Ariel passou por empresas de renome, acumulando experiência em Seguros Corporativos.

### Europ Assistance Brasil

A companhia contrata Paulo Corrêa Pinheiro para reforçar sua diretoria. Com 25 anos de experiência, será responsável pela Rede de Prestadores, que inclui a contratação, logística e análise de desempenho. É graduado em Ciências Econômicas, MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Dom Cabral com especialização pela Kellogg School of Management, nos EUA.



### Seguros Unimed

O Conselho de Administração da Seguros Unimed elegeu Dr. Helton Freitas para o cargo de diretor-presidente da Seguros Unimed, com mandato estabelecido até abril de 2017. Ele ocupará o cargo deixado por Dr. Rafael Moliterno Neto, que faleceu em 15 de agosto. Freitas é médico do trabalho e especialista em Saúde Pública. Sua trajetória médica está intimamente ligada ao desenvolvimento do cooperativismo mineiro, no setor de saúde, nos últimos 24 anos.

### Chubb Seguros

Rodrigo Pecoraro foi promovido a superintendente regional Comercial da companhia e será responsável por desenvolver e expandir os negócios e oportunidades no Estado de São Paulo, que corresponde a 61% do volume de produção da Chubb no Brasil. Formado em ADM, com MBA em Finanças pela FGV, o executivo está na Chubb desde 2011 e possui mais de 14 anos de experiência no mercado segurador.



# A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



# Acesse nosso portal

## De cara nova

### agora mais rápido, dinâmico e interativo!

WWW.REVISTASEGUROTOTAL.COM.BR



The screenshot shows the Planeta Seguro website interface. At the top left is the logo. Below it is a navigation menu with links: INICIO, REVISTA, NOTÍCIAS, PRÊMIO, RTTV, COLABORADORES, ENTIDADES, EVENTOS, ANUNCIE, CONTATO. A search bar labeled 'PESQUISAR...' is on the right. The main content area features a large image of a musical performance with the headline 'Tokio Marine patrocina temporada do musical Lisbela e o Prisioneiro no Rio de Janeiro'. Below the image is a list of 'Últimas Notícias' (Latest News) with dates and brief headlines. On the right side, there is a 'Clipping' section with input fields for 'Nome' and 'Email', and a 'Publicidade' section.

Atualização diária, cobertura de eventos,  
download da revista eletrônica, mais de 70 mil  
mensagens enviadas por dia

## Terra Brasis Resseguros anuncia novas promoções



Gustavo Lucas de Almeida assume a Coordenadoria Comercial, com a função de ampliar e fortalecer o relacionamento com cedentes e corretoras, no Brasil e no exterior e permanece como o principal subscritor de Riscos Financeiros. Há quatro anos na empresa, Gustavo possui mais de 10 anos de experiência na área e é bacharel em ADM pela Universidade Mackenzie.

Arthur Franzan Sanches assume a Coordenadoria de Subscrição de Contratos Automáticos, tendo como desafio a expansão nos mercados latino americanos. Graduado em Ciência Atuariais pela FEA/USP, Arthur tem experiência na subscrição de contratos de Property, Riscos de Engenharia, Vida e Responsabilidade Civil.



Rafael Alvarez Abad assume a Subscrição de Facultativos, a fim de consolidar e expandir a atuação da companhia neste segmento pelos mercados nacional e latino americano. Engenheiro mecânico, Rafael é graduado pela Escola de Engenharia Mauá e fez toda sua carreira na Terra Brasis.

Acauy Saracchini assume a gerência da área de Tecnologia, após mais de três anos coordenando a área de Desenvolvimento de Sistemas. Sua responsabilidade inclui o contínuo aprimoramento de sistemas internos e novas iniciativas tecnológicas. Formado em Ciência da Computação pela Universidade São Judas Tadeu, Acauy possui mais de 15 anos de experiência em TI.



Aline Kelly de Lima passa a coordenar a área Financeira da companhia, aperfeiçoando os processos de tesouraria, investimentos e contas técnicas. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Paulista, Aline possui 10 anos de experiência no mercado de Seguros e atua na Terra Brasis desde 2012, tendo atuado no departamento contábil e financeiro da empresa.

# SÓ UMA DAS MAIORES SEGURADORAS PODERIA CUIDAR DO MAIOR FESTIVAL DE MÚSICA DO MUNDO.

A **Cidade do Rock** vai ganhar vida, mais uma vez, na edição de 30 anos do maior festival de música já realizado. A grandiosidade desse evento só se compara à proteção que ele precisa. Por isso, a estrutura, as centenas de artistas e milhares de fãs estarão segurados com o toque especial da **Tokio Marine** e contam com a confiança, a qualidade e a capacidade de atendimento superiores, escolhidas pelos *players* dos grandes eventos e negócios.



SEGURADORA  
★ OFICIAL ★



TOKIO MARINE  
SEGURADORA

NOSSA TRANSPARÊNCIA. SUA CONFIANÇA.

# AUMENTE A **PRODUTIVIDADE** DE SUA EQUIPE!



## **Aplicativo de vendas e atendimento**

**Aumente sua receita convertendo mais clientes**, tenha gestão completa de seus canais de vendas!



## **BPM** (Business Process Management) - Controle de Processos

Ganhe independência e otimize recursos. **Automatize você mesmo seu workflow**. Faça mais em menos tempo!

**Conheça nossos cases e surpreenda-se!**

[comercial@vmx360.com](mailto:comercial@vmx360.com)

Tel.: +55 11 2614.0232

[www.vmx360.com](http://www.vmx360.com)



TECNOLOGIA S.A.